



КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, МАРКЕТИНГУ
ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**«ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ
ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ
БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ»**

Колективна монографія

За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора О. Л. Гальцової

**Запоріжжя
2019**

Авторський колектив:

Abdullayev K.N., Busarieva Tatiana, Ievsieienko Olga, Matthnai Ekouaghe, Shvidanenko Oleg, Suschenko Olena, Volokhova Liudmyla, Zakharenko Vladyslav, Арестов С.В., Багорка М.О., Бондар Ю.А., Гбур З.В., Глушкова Т.С., Голіцин А.М., Дибчук Л.В., Егорова-Гудкова Т.И., Іванов А.М., Кабаченко Д.В., Ковальчук С.В., Кононова О.Є., Крилова І.І., Кукса І.М., Легінькова Н.І., Макаров В.М., Макортецький М.М., Матросова В.О., Матросова В.О., Можайкіна Н.В., Наумов М.С., Новік І.О., Островський І.А., Пантелєєв М.С., Пань Ли, Пересадько Г.О., Перов М.О., Писаренко В.В., Підлісна О.В., Погорєлова Т.О., Радіонов Ю.Д., Саснєус М.А., Сорока Л.М., Сорока Э.М., Стрижак О.О., Сударкіна Л.Ю., Фабрика І.В., Федотова Ю.В., Черкасова С.В., Шедяков В.Е., Шматько Н.М., Юрченко Н.І.

Редакційна колегія:

Гальцова О. Л. – д.е.н., професор, завідувач кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Класичного приватного університету.

Покатаєва О. В. – перший проректор Класичного приватного університету, д.е.н., професор, професор кафедри обліку та оподаткування.

Маргасова В. Г. – Заслужений економіст України, д.е.н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту Чернігівського національного технологічного університету Міністерства науки і освіти України.

Салига К. С. – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, підприємництва та біржової діяльності Класичного приватного університету.

Семенов А. Г. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки Класичного приватного університету.

Стройко Т. В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського Міністерства науки і освіти України.

Коваль В. В. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри прикладної економіки Одеського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету.

Метеленко Н. Г. – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Запорізької державної інженерної академії.

Шапошников К. С. – д.е.н., професор, директор Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій.

Шмиголь Н. М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту Запорізького національного університету.

Рецензенти:

Сафонов Ю. М. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри макроекономіки та державного управління, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Скидан О. В. – доктор економічних наук, професор, ректор Житомирського національного агроекологічного університету.

Анджеї Паулік – доктор економіки хабілітований, професор, завідувач кафедри підприємництва та інновацій Університету імені Яна Кохановського в м. Кельце, Польща.

**Інституціалізація як фактор забезпечення розвитку системи
I-71 інвестиційно-інноваційної безпеки України** : колективна монографія / За заг.
ред. О. Л. Гальцової. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2019. – 488 с.

ISBN 978-966-916-840-5

Монографія присвячена дослідженню методологічних і прикладних питань економічного розвитку. На сьогодні стратегія розвитку є домінуючою в дослідженні світової економіки. Світогосподарська практика підтверджує системну сутність економічного розвитку, її об'єктивний характер, дуалістичну природу, безпрецедентні (позитивні і негативні) впливи на мікро- та макрорівень економічного розвитку країн світу. Дана праця безперечно зацікавить науковців, аспірантів, студентів та всіх небайдужих до теми монографії.

УДК 330.837:351.746(477)

ЗМІСТ

РОЗДІЛ І. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Abdullayev K.N.

THE IMPACT OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP ON TRANSPORT
IN RAISING INTERNATIONAL RATING INDICATORS
OF THE TRANSPORT SECTOR OF THE AZERBAIJAN REPUBLIC..... 6

Арестов С.В.

ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНІ ПОСЛУГИ
ТА ЇХ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ 20

Volokhova Liudmyla, Ievsieienko Olga, Zakharenko Vladyslav

HEALTH INSURANCE IN UKRAINE AS A FACTOR OF SOCIAL WELFARE 42

Гбур З.В.

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ, ЩО ФІНАНСУЮТЬСЯ
ЗА КОШТИ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ..... 55

Кононова О.Є.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ
В ЕКОНОМІЧНІЙ НАУКОВІЙ ДУМЦІ 67

Крилова І.І.

МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ
ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ З УРАХУВАННЯМ
ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ 82

Макаров В.М., Макортецький М.М., Перов М.О.

МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ ВУГІЛЬНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ
ІЗ ВРАХУВАННЯМ ЕКОЛОГІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ 103

Матросова В.О., Пантелєєв М.С., Погорєлова Т.О.

ГЕОПОЛІТИЧНА СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ..... 118

Пересадько Г.О., Підлісна О.В.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ
РИНКОВОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ 133

Радіонов Ю.Д.

БЮДЖЕТНІ ВИДАТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗРОСТАННЯ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ..... 150

Саєнсус М.А.

ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ
В ГАЛУЗІ ЛОГІСТИКИ В ПІДТРИМКУ УЧАСТІ УКРАЇНИ
В ГЛОБАЛЬНИХ, НАЦІОНАЛЬНИХ І РЕГІОНАЛЬНИХ
ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК 166

Сороко Э.М., Егорова-Гудкова Т.И., Пань Ли

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
ГОСУДАРСТВА НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ... 182

Стрижак О.О. ЯКІСТЬ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА НЕЕФЕКТИВНІ ІНСТИТУТИ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ВЗАЄМОЗУМОВЛЕНІСТЬ	198
---	-----

Черкасова С.В. СУЧАСНІ РЕАЛІЇ І ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ ЯК ІНСТИТУЦІЙНИХ ІНВЕСТИТОРІВ.....	209
--	-----

Shvidanenko Oleg, Busarieva Tatiana CREATIVE RESOURCE AS THE BASE OF THE FORMATION OF THE CREATIVE ECONOMY	228
---	-----

Шедяков В.Е. АКТИВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОГЛАСИЯ В РЕШЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ СОЗИДАТЕЛЬНЫХ ЗАДАЧ.....	242
--	-----

Юрченко Н.І. МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	262
--	-----

РОЗДІЛ II. РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ТА ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

Матросова В.О., Новік І.О., Шматько Н.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОЇ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ.....	275
--	-----

Наумов М.С., Федотова Ю.В. ІМПОРТОЗАЛЕЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПОСТРАДЯНСЬКИХ КРАЇН	289
--	-----

Островський І.А., Можайкіна Н.В. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	303
--	-----

РОЗДІЛ III. СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Багорка М.О., Писаренко В.В. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ	318
---	-----

Бондар Ю.А., Легінькова Н.І., Фабрика І.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ	335
---	-----

Глушкова Т.С. ЗАСТОСУВАННЯ ДІАГНОСТУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	350
--	-----

Голіцин А.М. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОЕКТАМИ ЯК СТРАТЕГІЧНА НЕОБХІДНІСТЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	365
--	-----

Дибчук Л.В., Ковальчук С.В. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДИСТРИБУТИВНОЇ СИСТЕМИ ЯК СКЛАДНИКА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ	382
Іванов А.М. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	399
Кабаченко Д.В. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	415
Кукса І.М., Сударкіна Л.Ю. ТЕОРІЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	438
Matthnai Ekouaghe, Suschenko Olena ANALYSIS AND EVALUATION OF MARKETING TECHNOLOGIES USED IN THE MANAGEMENT OF A TOURISM ENTERPRISE.....	453
Сорока Л.М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	466
АВТОРИ МОНОГРАФІЇ	482

РОЗДІЛ І. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Abdullayev K.N.

Doctor of Philosophy in Economics (Ph.D. in Economics),

Associate Professor

Leading Scientific Fellow of Department

“The Problems Development of Service Branches”,

Institute of Economy,

Azerbaijan National Academy of Sciences (ANAS)

Baku, Azerbaijan Republic

THE IMPACT OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP ON TRANSPORT IN RAISING INTERNATIONAL RATING INDICATORS OF THE TRANSPORT SECTOR OF THE AZERBAIJAN REPUBLIC

Summary

Large-scaled drastic reforms, restructuring and refurbishment works have been implemented in all spheres of our country's economy and dynamic economic development has been achieved through rational utilization of Azerbaijan Republic's huge potential. The growing speed of economic development in the Azerbaijan Republic was achieved through successful implementation of State Programs in different economic spheres in accordance with the appropriate presidential decrees and orders, as well as through rational integration into the global economic system.

The Azerbaijan Republic sees its aim in developing a competitive and integrated transport system taking into consideration its geographical position and the general line of our transport policy, i.e. stimulating international transit transportation. The rapid development of the infrastructure of the transport channels lying through the Azerbaijan territory results in the growing effectiveness of the transport services, speed of transportation, and greater security.

Given its rich transport complex, Azerbaijan has always played a constructive role in regional cooperation issues as a transit country and has proved itself to be a reliable partner of Europe and Asia. Accordingly to economic theory, transport service market of the Azerbaijan Republic can be estimated as an oligopoly market model. In this condition, price competition is suitable every time to the low level of elastic demand and is considering non-effective. From this point of view, for forming a free competitive environment will be realizing sustainable structural reforms and privatization on transport infrastructural branches. In result, after reforms, there must be created free and healthy competitive transport companies, developed private entrepreneurship activity

and attractive domestic and foreign investors. These are the main factors for influence on the main direction of reforms.

At the same time, the main demands of the market economy are given trends in the restructuring and regulation tariffs for natural monopoly activity, as well as parallel structure policy against the monopolies in the transport sector.

Introduction. According to the data provided by global financial structures, due to the high rate of GDP growth, Azerbaijan holds one of the first places among the leading developing countries. This tendency is continued today owing to the successfully carried out economic policy, and the implementation of the envisaged large-scaled projects promises threefold growth of GDP in all spheres of the Azerbaijan Republic's economy by 2018.

Relying on its favourable geographical location and rationally utilizing its globally significant natural resources and potential, Azerbaijan widely cooperates with many states and important economic and financial structures in many fields; implementation of over 200 multinational and transregional projects is continued today owing to their active participation. Among these important projects is the development of hydrocarbon resources of the Caspian basin and their transportation to the world markets.

Adequate to the impact of globalization processes forming a modern economic system in the Azerbaijan Republic and its one of the main infrastructure branches of the transport service market, as well as separate segments, ensuring its normal functioning in the context of new integration processes directions are considered one of the most important issues.

Minimizing overall transportation costs (during the short delivery time) of different types of cargoes, (including passengers) for estimation economic effectiveness under the international integration processes in developed countries are considering a prerequisite for ensuring economic security.

The transportation service market of the Azerbaijan Republic in accordance with the economic theory is characterized as an oligopoly market model. Moreover, price competition is more compatible with a lower level of elasticity demand and in current situation considers non-effective.

In the conditions of the modern market economy, the realization of structural reforms in the field of railway, sea, air transport (including oil and gas sector (pipeline), metropolitan transport), the elimination of state monopoly are necessary. The privatization of transport infrastructural branches will ultimately create a healthy and transparent environment for competition, the development of private entrepreneurship through separate types of transport (especially to stimulate creation new transport companies such as new private city tram, trolleybus, metro bus, fast pilotless transport means, electro bus), will form free transportation tariffs, increase of transit transportation via transit transport corridors, increase tourism flow, the attraction of domestic and foreign investors (including investments), decrease government subsidies and investments, export of national private transport services to the world transport

service market, and eliminate decline on transportation by different transport types, etc. [1].

Important theoretical conceptual and practical issues related to the development of private entrepreneurship in the transport sector has been regularly analysed in developed countries (including post-soviet countries) by well-known foreign scientists on transport sector and international finance and transportation problems.

In the post-soviet space, there are Kostromina E.V., Poplavskiy Q.V., Qromoqlasova E.S., Biryukova O.V., Shelistov Y.E., Pak E.V., Polyanova T.N., Penyaz I.M., Rachek S.V., Qorbunov A.A., Bulatov A.S., Volqina N.A., Kuzmin D.V., Larikov I.N., Penshin N.V., and others, as well as in the leading world countries' different scientists, such as Humpreys M.T., M. Givoni, Banister D., Covie J., Stevens H., Mustilli F., Pelkmans J., Epner O., etc. who in the scientific works, monographs, articles, thesis, (also in European Economic Commission, World Bank annual reports) considered realization of privatization process in transport sector, development of private entrepreneurship, increase of competitiveness of private companies, expansion of activity of private transport companies in the world transport services market, elimination of state monopoly on transport companies, implementation structural reforms, improvement of transport policy in the European Union, introduction of main experience of leading European countries in post-soviet countries, current situation and development of private entrepreneurship activities in different types of transport in the European Union, provision of free competition between small, medium, and large private transport companies, etc.; in these directions, serious investigations were carried out [2].

Since 2000, major international financial institutions such as the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) and World Bank, as well as European Economic Commission, recommend to post-soviet countries (including the Azerbaijan Republic) to realize structural reforms and eliminate state control and monopoly initiating stage-by-stage privatization process in railway, sea air transport branches (also, partly including pipeline transport, metropolitan transport) [5]. But during the last years, this problem has not yet been solved in the Azerbaijan Republic.

Moreover, the European Union realized different measures to correspond with economic relation in the transport sector for support free-market economic condition. For example, Directive 91/440 adopted in recent years by the European Union (EU) on post-soviet countries showed that effective competition potential of different transport branches (including railway transport) must correspond to economic principles of the market economy [6].

In accordance with the successful economic strategy implemented in the Azerbaijan Republic in recent years, global initiatives on exporting oil and gas products, as well as transport transit potential, have had a significant impact on the socio-economic development of our country.

1. Analysis of transport services' indicators and position of the transport sector of the Azerbaijan Republic in the international ratings

Sustainably implementing important international economic projects, the Azerbaijan Republic has confirmed that it is a reliable partner for the leading world countries in the region from the geo-economic point of view and already has become an important logistics centre.

In Azerbaijan, to ensure competitiveness and sustainable development of the transport sector by private entrepreneurship and to prepare a plan of action covering strategic targets and priorities are necessary. As one of the main transit countries, Azerbaijan stands at the centre of “East-West”, “North-South” trade, energy and transport-communication corridors. The world’s major globalization and regional integration centres recognize Azerbaijan as an alternative energy provider and major transit country in the region [3].

To increase the quality of transport services in the national transport sector, creating a new transport system that meets modern standards is one of the priority activities of the Azerbaijan Republic.

Analysis of the statistical indicators of the Azerbaijan State Statistical Committee and the Central Bank of the Azerbaijan Republic shows that in the structure of total services export, 20.7% was provided by transport services. In 2017, the export of transport services in the country by 2017 was 971,3 million US dollars. But in 2008–2017, the share of the transport sector in total services exports by country decreased from 51.2% to 20.7%. This fact confirms that the creation of private entrepreneurship in the transport sector is necessary [16].

In the modern world, logistics efficiency indicators for every country, including for the transport sector of the Azerbaijan Republic are very important. The Logistics Performance Index (LPI) developed by the World Bank is calculated on the base of annual reports of international, national, and regional logistic operators of transport forwarding companies. Based on this analysis, international logistics and internal logistics efficiency are calculated [17]. Moreover, for both indicators, the integral indicator of the logistics efficiency is being calculated and the ratings of the world countries are being determined.

Logistics Performance Index (LPI) of the Azerbaijan Republic is estimated by 5 points and defined by 6 indicators – customs, infrastructure, international supply, quality and competitiveness, damage of cargo, delivery time in the transport sector. It should be noted that the estimation and comparison of the logistics environment of the world countries are a complicated process [7] (Table 1).

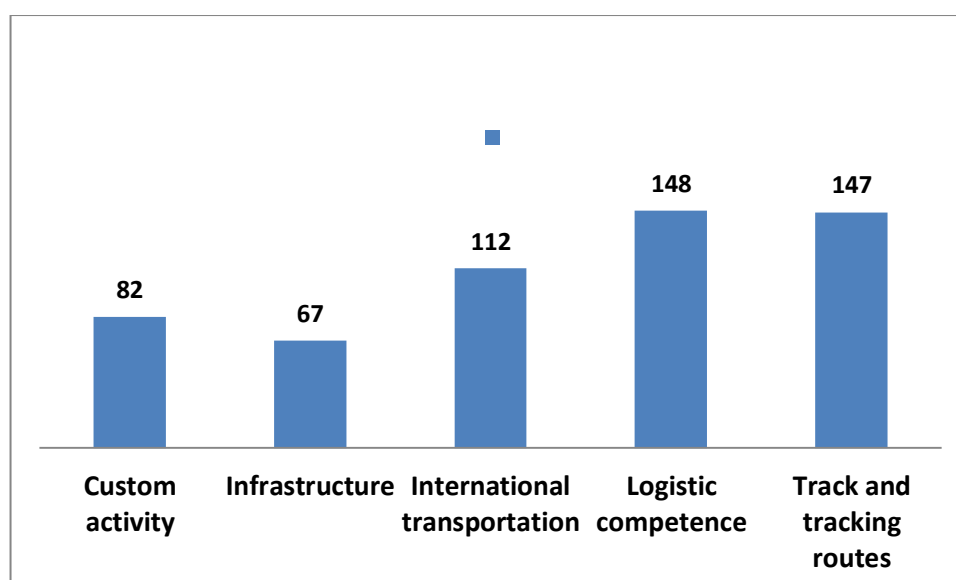
According to the latest report about Logistic Performance Index (LPI) presented as of 1st January 2015 by the World Bank showed that the Azerbaijan Republic was ranked 125th among 160 countries with 2,45 points. This rating is based on 6 parameters: custom activity 2,57 (112th position), infrastructure 2,71 (67th position), international transportation 2,57 (112th position), logistic competence 2,14 (148th position), track and tracking of routes 2,14 (147th position), delivery time 2,57 (142nd position) (Figure 1).

Table 1

**Logistic Performance Index of the Azerbaijan Republic among 160 countries
(latest annual indicators for January (2015) presented
by the World Bank report [17]**

Logistic Performance Index of the Azerbaijan Republic	Average points 2,45 point	The total ranking for January 2015 (125th position)
Custom activity	2,57 point	82nd position
Infrastructure	2,71 point	67th position
International transportation	2,57 point	112th position
Logistic competence	2,14 point	148th position
Track and tracking routes	2,14 point	147th position
Delivery time	2,57 point	142nd position

Source: compiled by the author on the basis of the World Bank's annual international statistical indicators (<http://www.worldbank.org>)



**Figure 1. Graphical description of the total ranking
of the Azerbaijan Republic presented by the World Bank
(160 countries, the latest statistical indicators for January 2015)**

The analysis confirms that Azerbaijan's logistic performance indexes are lower than other leading countries and in the last position between other post-soviet, regional countries. The analysis shows that the main types of transport in the Azerbaijan Republic are under the state monopoly (except for automobile transport). From this point of view, this is a major factor in the development of the transport sector. The creation and development of private entrepreneurship activities in the transport sector can be to provide sustainable development in this sector.

In the last years, macroeconomic factors had a positive impact on the growth of inter-country trade. It should be noted that in modern economic conditions sustainable development based on open markets and liberal trade is considered as a major economic growth model.

The global agreements that facilitate international trade have been accelerating within the framework reforms which are supported by the World Trade Organization (WTO).

As a result, the trade sector is developing more dynamically and rapidly than the growth rate of global GDP in the world. The studies of annual reports about national economics of world countries presented by the World Bank, as well as annual international review of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), shows that the share of exports of goods and services in global GDP was 16.5% in 1975, 29.5% in 1995, and 29.5% in 2015 [9]. The main reason for these processes is considered as increasing the purchase ability of the middle class in developed and developing countries of the world [2].

Table 2

**International competitiveness indicators for the infrastructure of different transport means in the Azerbaijan Republic (2018)
(Presented latest annual report of the World Economic Forum)**

Position of general transport infrastructure indicators	51st position
Quality of general transport infrastructure	26th position
Road quality	36th position
Quality of railway infrastructure	20th position
Port infrastructure quality	40th position
Quality of air transport infrastructure	24th position

Source: World Economic Forum, the Global Competitiveness Report 2018. Geneva: WEF, 2018, p. 54-55

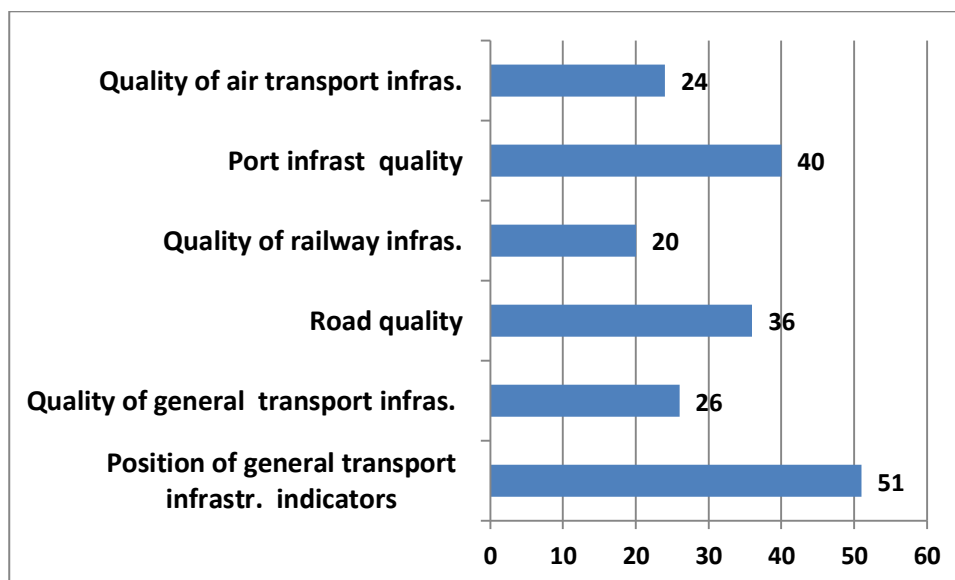


Figure 2. Graphics of international competitiveness indicators for the quality of different means of the transport infrastructure of the Azerbaijan Republic

Source: calculated on the basis of the annual statistical report of the WEF [14]

The analysis shows that according to the global competitiveness index, the Azerbaijan Republic ranked 35th in 2018 among 137 countries of the world. Infrastructural indicators of Azerbaijan's transport sector if compared to previous years have been increased. In 2018, Azerbaijan ranked 51st for general infrastructure, 26th for overall infrastructure quality, 36th for road quality, 20th for railway infrastructure quality, 40th for quality of port infrastructure, 24th for quality of air transport infrastructure (Table 2 and Figure 2). It should be noted that wasn't possible to enter between the top 20 countries in international rating till now [8]. The analysis shows that there is a need to create private entrepreneurship activity in the transport sector of the Azerbaijan Republic [14].

2. Modern economic tendencies in the transport sector of the Azerbaijan Republic

In recent years, growth in the total volume of cargoes transportation of the Azerbaijan Republic dynamics rate has been observed [15]. Thus, if in 2014 221,9 million tons of cargo are transported, in 2015 this indicator increased by 0,17% and amounted to 222,3 million tonnes. In 2016, the growth rate was 0.04%, in comparison with 2015 and cargoes transportation volume amounted to 222,4 million tonnes, in comparison with 2016. Cargoes transportation volume increased and amounted to 226,4 million tonnes in 2017 by the transport sector of the Azerbaijan Republic (Table 3).

Table 3

Goods transportation in the transport sector of the Azerbaijan Republic, thousand tonnes

Years	2014	2015	2016	2017
Total	221 991	222373	222462	226419
Rail way	21795	17090	15480	14558
Sea	9934	6626	5807	8344
Air	125	129	160	173
Pipe line	61534	60923	59556	58490
Oil pipes	45784	45672	44129	42559
Gas pipes	15750	15251	15427	15931
Automobile	128603	137605	141459	144854

If compared to 2016, cargoes transportation volume by railway transport increased and has reached to 14,5 million tonnes in 2017. We must note that by railway transport, 14,5 million tonnes of cargo were transported and by sea transport – 8,3 million tonnes of cargo, by air transport – 173 thousand tonnes of cargo, by pipeline transport – 58 million tonnes of cargo, by oil pipeline – 42,5 million tonnes of cargo, by gas pipeline – 15,9 million tonnes of cargo, by automobile transport – 144,8 million tonnes of cargo in 2017 (Table 3).

The growth dynamics also observed in the passenger conveyance by the transport sector of the Azerbaijan Republic. For example, total passenger

conveyance by the transport sector for 2014 was 1,82 billion passengers, but in 2015 this indicator rose by 3.8% and was 1,89 billion passengers.

Passenger conveyance increased by 1.5% in 2016 and reached to 1,92 billion passengers. But in 2017, passengers conveyance increased if compared to 2016 and has reached to 1,97 billion passengers. Moreover, in 2017 passengers conveyance by different means of transport segments, such as by railway transport, was 2,4 million passengers and by sea transport – 17 thousand passengers, by air transport – 2,3 million passengers, by metro transport – 228,8 million passengers, by automobile transport – 1,7 billion passengers, by bus transport – 1,6 billion passengers, by taxi transport – 67,5 million passengers (Table 4).

Table 4

**Total passengers' conveyance in the transport sector
of the Azerbaijan Republic in recent years (thousands of passengers)**

Years	2014	2015	2016	2017
Total	1828324	1891905	1929685	1973440
Railway	2517	1883	1978	2490
Sea	15	9	20	17
Air	1788	1818	1980	2359
Metro	215472	222040	217516	228848
Automobile	1608532	1666155	1708191	1739726
Bus	1548333	1602523	1642587	1672154
Taxi	60199	63632	65604	67572

The declining tendency in the capital investment volume directed to the transport sector of the Azerbaijan Republic is observed for last years (Table 5). The carried out analysis shows that if in 2014 2432,4 million manats investments directed to the transport sector, in 2016 this indicator decreased and reached to 1391 million manats, but in 2017 reached to 1774,3 million manats (1\$=1.70 manat) [15].

Table 5

**Capital investments in the transport sector
of the Azerbaijan Republic, million manats**

Years	2014	2015	2016	2017
Total	2432,4	2195,3	1391,0	1774,3

In the Azerbaijan part of the Europe-Caucasus-Asia international transport corridor, serious changes in transportation have been registered. For example, within the framework of this corridor if in 2014 transported 58,1 million tonnes of cargo, in 2015 this indicator decreased by 10.2% and reached to 52,2 million tonnes. Transportation volumes in the transport corridor in 2016 decreased by 3.1% compared to 2015 and amounted to 50,3 million tonnes [15]. The volume of

decline was 1,9 million tonnes. If we calculate the cost of 1 ton \$30 US dollars, then it is \$157 million US dollars. The analysis shows that damage costs of transportation in foreign currency are increasing every year (Table 6).

Table 6

**The activity of the Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia
in the territory of the Azerbaijan Republic**

Years	2014	2015	2016
Transported goods, thousand tonnes	58191	52240	50302
Railway	19890	15521	13830
Sea	9302	6067	4992
Automobile	28999	30652	31480
Transportation of transit goods, thousand tonnes	12798	9494	7997
Railway	4502	3927	3789
Sea	8926	5567	4208
Automobile transport	–	–	–
Conveyance of passengers, thousand pass	307281	331119	338628
Railway	1890	1609	1858
Sea	15	9	20
Automobile	305376	329501	336750

If we analyse the overall structure of cargoes transportation within the transit transport corridor, we can see that only 3 means of transport segments are involved in this corridor. They are railway, sea, automobile transport segments. It should be noted that within the framework of the Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia in railway and sea transport, decreasing tendencies within the cargoes and passengers transportation processes are observed. The increasing tendency was only in automobile transport segment [4].

The analysis shows that if in 2014 19,8 million tonnes of cargo was transported by railway transport, this indicator next year decreased by 21.8% and was 15,5 million tonnes.

In comparison with 2015, in 2016 the volume of automobile transportation decreased by 11% and was 13,8 million tonnes. Within the framework of the corridor, in comparison with 2015, this indicator increased by 2.6% and amounted to 31,4 million tonnes [15].

The volume of transit cargo transportation via the Europe-Caucasus-Asia international transport corridor reached 12,7 million tonnes in 2014, but this indicator dropped by 26% and was 9,4 million tonnes in 2016. If compared to 2015, the volume of transit cargo transportation in 2016 decreased by 16% and reached 7,9 million tonnes. If we calculate the damage of transportation for each ton \$30 US dollars then it is \$237 million US dollars (Figure 3).

In 2015, the share of transit freight in total cargo transportation structure of transport corridor was 18%, but in 2016, it dropped by 2% and was 16%.

If we analyse the structure of transit carriages, we can only see the railway and sea transport segments. Thus, transit transportation volume by railway and sea transport decreased by 3.6% and 24.5%, also amounted to 3789 thousand tonnes and 4208 thousand tonnes. In transit carriages generally, automobile transport didn't take part, which is not considered a positive factor.

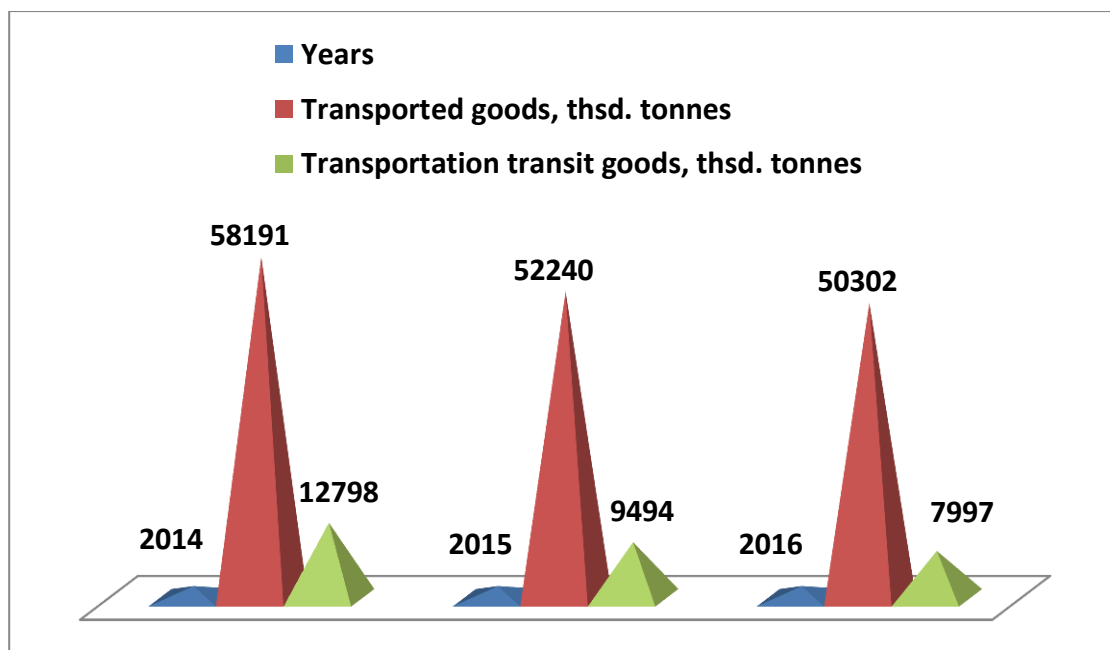


Figure 3. Transported goods (including transit) in the Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia (TRACECA) (in the Azerbaijan territory)

If within the transport corridor, the cost of the passenger conveyance by railway transport achieved 3341 thousand manats in 2015, this indicator has dropped by 32.1% and was 2269 thousand manats in 2016. In 2015, 841 thousand manats were received by sea transport. But this indicator decreased by 17.1% and was 698 thousand manats in sea transport.

In the transit transport corridor, 133 million manats (AZN) of incomes was obtained in 2015. Compared to 2015, this indicator increased by 2.2% and was 36,2 million manats in 2016.

The volume of passenger conveyance in the Azerbaijan part of the Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia (TRACECA) reached to 331 million passengers in 2015, as well as this indicator compared to the previous year increased and reached 338 million passengers in 2016 [15].

The main reason for this process is considered to be the fact that over 90% of private entrepreneurship act in automobile transport and there is serious competition among automobile transportation companies in the Azerbaijan Republic.

As regards to railway transport, passenger conveyance volume has been decreasing in recent years. For example, if in 2014 1,89 million passengers were conveyed by railway transport, in 2015 this indicator decreased by 15.4% and has

reached to 1,6 million passengers. However, despite the marked positive indicators in the 2016 year, 1,89 million passengers were transported in the 2014 year, which is 1.7% more than if compare with indicators for 2016. Serious changes in shipping and passenger transportation volume of sea transport also have been registered in the Azerbaijan Republic. For example, if there were 9,3 million tonnes of cargo transported by sea transport in 2014, this indicator was reduced by 35.5% and reached to 6 million tonnes in 2015. Moreover, in comparison with 2015, the decrease in the volume was 18.4%, but transportation volume was 4,9 million tonnes (Table 6).

In 2014, 15 thousand passengers were transported by sea transport. But this indicator dropped by 40% and reached to 9 thousand passengers in 2015.

In comparison with 2015, this indicator increased 2 times and was 20 thousand passengers in 2016.

The increase via European-Caucasus-Asia transport corridor (in the Azerbaijan part) was only on cargoes and passengers transportation by automobile transport.

For example, in comparison with 2015, cargoes and passengers transportation volume increased by 2.6% and 2.1% in 2016. Therefore, cargoes and passengers transportation volume by automobile transport accordingly were 31,4 million tonnes and 33,6 million passengers.

Dynamics of growth in recent years has also been observed in the expenditures on freights and passenger transportation in the transport sector of the Azerbaijan Republic. Thus, if in 2014 the marked indicators were 1,9 billion manats, in 2015 and 2016, these indicators increased and amounted to 2,1 billion manats and 2,5 billion manats (1\$=1.70 manat (AZN)) (Table 7).

In 2014, the expenditures on freight transportation in the transport sector increased by 7.4% compared to the previous year. But in 2015 it was 4.8% and in 2016 it was 23.1% (Table 7).

Table 7

**Expenditure for goods and passenger conveyance in the transport sector,
thousand manats**

Years	2014	2015	2016
Total	1 990 343	2 136 400	2 583 043
Railway	223 751	201 976	327 401
Sea	119 029	154 817	173 960
Air	770 221	810 422	975 035
Pipeline	362 412	379 729	390 673
Automobile	415 678	485 611	557 946
Metro	99252	103 845	158 028

In the transport sector of the Azerbaijan Republic, expenditures on passengers conveyance in 2014 increased by 9.6% in comparison with the previous year, accordingly by 12% in 2015 and by 17.2% in 2016 [15]. The main reasons are considered such as state monopoly on the transport sector and every year

increasing expenditures and subsidies in comparison by previous years by state budget support (Table 9).

The analysis shows that expenditures of freights and passengers transportation for railway transport in 2016 were 327,4 million manats, on sea transport were 173,9 million manats, on air transport were 975 million manats, on pipeline transport were 390,6 million manats, on automobile transport were 557,9 million manats, on metro transport were 158 million manats. The growth dynamics for freight and passenger transport by different means of transport has been observed.

Table 8

Expenditures on transportation of goods in the transport sector (comparison with the previous year (%))

Years	2014	2015	2016	2017
Total	107,4	104,8	123,1	133,3

Table 9

Expenditures on passenger conveyance in the transport sector (comparison with two previous years (%))

Years	2014	2015	2016	2017
Total	109,6	112,0	117,2	130,0

Conclusions. In general, for raising international rating indicators of the transport sector of the Azerbaijan Republic, it is necessary to remove state monopoly and to create private entrepreneurship activity in every transport branches in the next years.

Therefore, in order to create private entrepreneurship activity and to develop private sector on railway and sea also in air transport segments, etc. in the Azerbaijan Republic, noted below different economics measures must be realized by state support:

- by support of Azerbaijan state submit new transport services indexes (such as, for example, effective usage level by transit potential of country indexes, private (state) transport services indexes, private (state) export (import) transport services indexes, export (import) goods (passengers) transportation turnover indexes, etc.) for improvement and to introduce new transport indexes to the World Economic Forum;

- Azerbaijan Railways CJSC and Azerbaijan Caspian Shipping CJSC, as well as Azerbaijan Airlines CJSC (AZAL), must be privatized in next years, also it is needed to divide structure of these companies and to create private transport companies in internal and external transportation directions [3];

- in metro transport (also, after restoring tram, trolleybus, electrobus, electrotaxi, and other modern innovative city public transport segments), to create private entrepreneurship activity and by financial support of the private sector to construct stations, private road infrastructures, buy new modern transport means,

organize production and repair transport enterprises are necessary. In the noted transport means, privatization processes must be realized in the nearest years. After the realization of privatization processes directed by the state budget, financial resources to metro transport will be decreased [9]. Furthermore, in main cities and regions of the Azerbaijan Republic, to create tram, trolleybus, and other new city public transport means and establish private joint ventures with foreign companies in these segments are necessary;

- to create new private entrepreneurship activity in the national oil-gas sector, to remove state monophony in the oil-gas sector, to realize privatization policy, to study private management practice in nearest years are necessary;

- adapt Azerbaijan's transportation tariffs of different means of transport to neighbouring regional countries' transportation tariffs are necessary for the realization of effective transit potential of the country;

- "Road Taxes" of the Azerbaijan Republic must correspond to usage level from roads by the owner of foreign country transport means and must be providing a new systematic approach in this branch;

- regarding transport means, which are under the state monopoly, the process of introduction of free, liberal tariffs for transportation goods and passengers should be accelerated and also different barriers in this branch should be removed;

- to study main leading economic acts of the European Union for the creation of perfect internal normative base, also to effectively organize combined transit transport conveyances in Azerbaijan's territory;

- in accordance with EU modern practice in different tourism cities of the Azerbaijan Republic in the public city transport sector (electro bus, trolleybus, trams, pilotless transport, and others) must be created for stimulating tourism flow in next years, free passenger transportation services by transport companies, direct state financial support [10];

- to study development dynamics of transport service market and to prepare its analysis methods;

- forming optimization methods accordingly to logistic principles on transportation by different means of transport segments;

- preparing estimation methods on work of different means of transport, accordingly to logistic indicators achieved by analysis in the transport sector;

- to develop logistic infrastructure of international transport corridors, also main companies which are working at the international level [11];

- to stimulate the increase of companies working with logistics management department and improve logistics management activity in these companies;

- to stimulate modern innovative technologies in the transport sector and to expand the introduction of intellectual transport management system in the transport logistics system;

- by using combined collaboration principles between state and private sectors, to attract non-budget financial resources in different transport means [12];

- to increase competitiveness in Azerbaijan's transport system and to define effective using directions of national transit potential;

- to develop logistic service market and logistic services complexes in regions [13];
- to create regional logistic centres' network and to stimulate their development in Azerbaijan territory, etc.

References:

1. Abdullayev K.N. The questions according to world practice to carry out sustainable, radical, structural reforms and privatization policy in national transport sector of Azerbaijan Republic / (Коллективная монография) – «Корпоративное управление: процессы, стратегии, технологии» Министерство Образования и Науки Украины, факультет «Экономики и менеджмента Херсонского Государственного Университета, г. Херсон (Украина), изд. Гельветика, 2015, с. 6-15.
2. Abdullayev K.N. The problems forming and development private entrepreneurship accordance to world practice on railway transport sector in Azerbaijan Republic. // Министерство Образования и Науки Украины, Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры, Экономический факультет, Université du Maine (Франция), Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University (Польша), Опольский Государственный Университет (Польша), Экономический факультет, г. Днепропетровск (Украина), Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы использования потенциала экономики страны: мировой опыт и отечественные реалии» 23-24 марта 2018 года, г. Днепр (Украина), 2018, Ч.1., с. 23-26.
3. Abdullayev K.N. The main directions creating private entrepreneurship in sea transport sector of Azerbaijan Republic / Запорожская Государственная Инженерная Академия, *Международная научно-практическая конференция «Актуальные аспекты механизма модернизации экономики и финансовой системы страны» 7 марта 2018 года*, г. Запорожье, (Украина), 2018, с. 22-27.
4. Abdullayev K.N. The development transport connection Azerbaijan Republic with European Union's countries on the base of international transit transport projects "East-West" (TRACECA), "North-South" and "South-West" / «Статистика» (Statistics), (Россия), Ростов-на-Дону., Publishing house "Rostov", 2018, № 3 (51), p. 108-116.
5. Громогласова Е.С. Опыт транспортной политики Евросоюза для Евразии // Восточная Аналитика., Москва : 2010, № 1.с.134-145
6. Роль государства и частного сектора в предоставлении транспортной инфраструктуры и транспортных услуг (Операционного руководства). Вашингтон.: Изд. ВБ: Май, 2014, 35 с.
7. Изменения на транспорте в Европейском Союзе (Европейская экономическая комиссия, Комиссия, Комитет по внутреннему транспорту), ECE/TRANS/2017/28 Женева, 21-24 февраля 2017 года (GE.16-22025), с. 1-16.
8. Бирюкова О.В. Барьеры на пути единого рынка услуг ЕС // Национальный Исследовательский Университет Научный журнал «Высшая школа экономики», Москва: Науки, 2014, стр. 186-195
9. Шелистов Ю.И., Ладвищенко В.Ю. Транспортная политика ЕС: логика становления, институциональная структура // Вестник Московского Университета, Изд. Москва.: 2010, № 6, с. 84-94.
10. Пак Е.В., Полянова Т.Н. Единая транспортная политика Европейского Союза: как пример для Евразийского Экономического Союза // Вестник МГИМО университета, Москва.: Наука, 2015, № 3(42), с. 199-209.
11. Кузьмин Д.В. Национальная конкурентоспособность, глобальная нестабильность и макроэкономическое равновесие Москва: Восток-Запад, 2010, 224 с.
12. Humpreys M.T. Sustainability in European transport policy. London: Route, 2011, p. 193-200.

13. Integrated transport : From police to practice / Edited by M. Givoni, D. Banister. New York: Routledge, 2010, 352 p.
14. World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2018. Geneva.: WEF, 2018, p. 54-55.
15. www.stat.gov.az/tarnsport_2017
16. www.cbar.az/statitika
17. www.worldbank.org/logistic_statistics

Арестов С.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки природокористування
Одеського державного екологічного університету*

ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНІ ПОСЛУГИ ТА ЇХ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Анотація

Незважаючи на очевидні досягнення у вивченні комплексу проблем екологічних інвестицій, залишаються вкрай актуальними питання дослідження категоріального апарату цього нового економіко-екологічного спрямування, розроблення методологічних підходів і методів упровадження екологічного інвестування та екологізації інвестиційної сфери. При цьому особливого значення набувають питання формування наукових основ управління інвестиційними процесами в екологічній сфері, визначення ролі держави та розширення сфери дії ринкових механізмів. Ці питання у вітчизняній і зарубіжній економічній науці опрацьовані не досить. Ці обставини зумовили вибір теми дисертаційної роботи, її мету та побудову структури досліджень.

Метою дослідження є розроблення теоретичного, методичного та організаційного забезпечення механізмів підвищення економіко-екологічної ефективності природоохоронних інвестицій.

Аналіз економіко-екологічного середовища в Україні характеризує сучасну ситуацію в країні як кризову. В Україні щорічно в навколишнє природне середовище надходить до 100 млн. тонн шкідливих речовин, у сховищах організованого складування зберігається майже 3,5 млрд. тонн токсичних промислових відходів. Хоча загальне антропогенне навантаження на навколишнє середовище в останні роки має тенденцію до зменшення, проте щорічно в атмосферне повітря, воду та ґрунти країни попадає близько 60 млн. тонн шкідливих речовин, з яких понад три чверті належить токсичним відходам. Таким чином, упровадження механізму підвищення економіко-екологічної ефективності інвестицій в екологічні послуги буде сприяти покращенню економіко-екологічного становища в країні.

Одним із важливих чинників забезпечення сталого економіко-екологічного розвитку держави, підвищення конкурентоспроможності та

ефективності її галузей мають стати інвестиції в екологічні послуги. Зокрема, застосування системного підходу до аналізу процесу формування ринку інвестицій в екологічні послуги дає змогу розглядати його із двох позицій: з одного боку, це напрям діяльності держави, спрямований на створення умов для здійснення інвестиційної діяльності в екосфері, з іншого боку – формування відповідного сегменту ринку, орієнтованого на досягнення сталого розвитку.

Результатами дослідження є удосконалення методологічного базису економіко-екологічного моніторингу інвестиційного середовища в сфері охорони природи та раціонального природокористування на базі використання системного аналізу, оцінок економіко-екологічних трансформацій і процесів формування бюджетних витрат на охорону навколишнього середовища. Удосконалено методологічні підходи до оцінки ефективності інвестиційної діяльності в сфері природокористування на основі факторного аналізу, впровадження інвестицій в екосистемні послуги. Отримав подальший розвиток понятійно-категоріальний апарат теорії природоохоронних інвестицій, а саме впровадження категорії трансферту інвестицій в екосистемні послуги та використання екосистемної класифікації екологічних і природоохоронних інвестицій.

Вступ. Загострення екологічної ситуації в тому чи іншому регіоні може зажадати значного збільшення обсягів інвестицій у заходи і програми з охорони навколишнього природного середовища та екологічні послуги. Недостатніми залишаються методологічні опрацювання, що стосуються інвестицій в екологічні послуги та їх економіко-екологічного забезпечення. При цьому особливого значення набувають питання формування наукових основ управління інвестиційними процесами в екологічній сфері, визначення ролі держави та розширення сфери дії ринкових механізмів. Забруднення, негативні трансформації природного середовища викликають прискорення процесів фізичного зносу основного капіталу. Визначено, що щорічний збиток, який наноситься нерухомості в результаті забруднення середовища, становив у США – 24 дол., у Канаді – 49 дол., у Великобританії – 14 дол. на душу населення.

Однією з найбільш руйнівних форм забруднення навколишнього середовища є кислотні дощі. У країнах ЄС щорічний збиток від кислотних дощів, що наноситься лісовим ресурсам, становить 0,2 млрд. дол.; матеріалам та спорудам – 0,5–2,7 млрд. дол.; втрати в рибному господарстві – 0,03 млрд. дол. / рік. У Швеції 20% озер вражені кислотними дощами. У Німеччині шкода лісам щорічно становить 800 млн. дол., збитки сільському господарству – 600 млн. дол. Збиток історичних пам'яток і будівель у Голландії оцінюється в 10 млн. дол. щорічно. Паводок на Дунаї обійшовся країнам ЄС у 300 млн. євро. Виникнення таких критичних ситуацій приводить до необхідності подальшого розвитку інвестиційної політики, в тому числі в контексті залучення коштів малого та середнього бізнесу для екологічних інвестицій.

Загострення екологічної обстановки вносить певні корективи в інвестиційну політику. З'явилася необхідність в інвестуванні спеціальних ресурсозберігаючих і природоохоронних програм і проектів, що забезпечують зміну сформованої екологічної ситуації. Виникла необхідність провести переоцінку інвестиційних проектів у частині їхнього впливу на екологічну ситуацію, здійснити перерозподіл інвестицій, що спрямовуються на розроблення і реалізацію цих проектів, зважаючи введення в їх зміст спеціальних розділів з охорони природного середовища.

Таким чином, у ситуації, що склалася, пріоритет стали отримувати проекти та програми, які забезпечують отримання екологічно чистої продукції, що формують прогресивні виробничо-господарські структури, які створюють замкнуті виробничі та господарські цикли, пов'язані з екологізацією виробництва [1, с. 39].

Інвестиції – це вкладення капіталу в об'єкти підприємницької та іншої діяльності з метою отримання прибутку або досягнення іншого ефекту. У ринковій економіці отримання прибутку є рушійним мотивом інвестиційної діяльності. Як результат – виробництво конкретних товарів, надання послуг, які знаходять визнання на ринку і приносять певний прибуток, без цього інвестиції виявляться марними. Цей прибуток доцільно рефінансувати, тобто спрямовувати в певному обсязі на розвиток виробництва. В економічній літературі інвестиції розглядаються як акт відмови від миттєвого споживання благ заради більш повного задоволення потреб у наступні роки за допомогою інвестування коштів в об'єкти підприємницької діяльності [13–16]. В умовах ринкової економіки сутність інвестицій полягає в поєднанні двох аспектів інвестиційного процесу: витрат капіталу і результатів [18]. Співвимірність цих елементів лежить в основі теорії економічної оцінки інвестицій. Інвестиції здійснюються з метою отримання певного результату (прибутку) і стають марними, якщо цього результату не приносять.

1. Понятійно-категоріальний апарат екологічних інвестицій, екологічні послуги

1.1. Понятійно-категоріальний апарат екологічних інвестицій, його формування та розвиток, екологічні послуги як об'єкт інвестування

У цьому параграфі розглянуті основні підходи до формування тезауруса інвестиційної діяльності екологічних інвестицій та уточнення категорії екологічних, природоохоронних інвестицій та інвестицій в екологічні послуги.

Законом України «Про інвестиційну діяльність» [2] інвестиції визначаються як всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті яких утворюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [3, с. 10], [4, с. 13].

Іншими важливими чинними законодавчими актами України у сфері інвестиційної діяльності є: Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон».

Багато вітчизняних і зарубіжних економістів [5, с. 37] розглядають інвестиції як довгострокові вкладення капіталу в різні галузі і сфери економіки, інфраструктуру, соціальні програми, охорону навколишнього середовища як усередині країни, так і за кордоном з метою розвитку виробництва, соціальної сфери, підприємництва, одержання прибутку.

Відзначимо, що в теорії виробництва і загалом у мікроекономіці, інвестиції розглядаються як процес створення нового капіталу (включаючи як засоби виробництва, так і людський капітал) [6]. На нашу думку, нарівні з людським слід говорити і про природний капітал як об'єкт інвестування [7].

У фінансовій теорії під інвестиціями розуміють придбання реальних і фінансових активів, тобто це сьогоdnішні витрати, метою яких є отримання майбутніх вигод. Інакше кажучи, інвестиції – це обмін визначеної сучасної (сьогоднішньої) вартості на, можливо, невизначену майбутню вартість [8, с. 12].

Визначення, сформульоване в Законі «Про інвестиційну діяльність», в основному відповідає міжнародному підходу до уявлень про інвестиційну діяльність як процес вкладення ресурсів з метою отримання прибутку, доходу, дивіденду в майбутньому. Іншими словами, інвестор відмовляється від задоволення насущних потреб у розрахунку на очікуване задоволення їх у майбутньому, але вже в більших розмірах [9].

Таким чином, під інвестиціями розуміються ті економічні ресурси, які спрямовуються на збільшення реального капіталу суспільства, тобто на розширення чи модернізацію виробничого апарату. Це може бути пов'язано з придбанням нових машин, будинків, транспортних засобів, а також із будівництвом доріг, мостів та інших інженерних споруд. Сюди слід включати і витрати на освіту, наукові дослідження та підготовку кадрів. Ці витрати являють собою інвестиції в нововведення, в «людський капітал», які на сучасному етапі розвитку економіки набувають все більшого і більшого значення [10].

Стаття 4 Закону «Про інвестиційну діяльність» забороняє інвестування в об'єкти, створення і використання яких не відповідає вимогам санітарно-гігієнічних, радіаційних, екологічних, архітектурних та інших норм, встановлених законодавством України [11]. Таким чином, особливу увагу законодавство приділяє інвестиціям у природоохоронну сферу.

Такі інвестиції низка авторів (Б.В. Буркинський, Н.Г. Ковальова, В.Г. Ковальов, Л.Є. Купінець, Є.Р. Губанова, В.І. Золотов) [6; 25] розглядають із позицій охорони, відтворення, виправлення порушень у галузі використання ресурсів. Такі інвестиції вимагають опрацювання та врахування всіх природоохоронних умов на стадії проектування та реалізації проектів. Законодавчо визначено заходи, які передбачають запобігання негативним наслідкам реалізації проектів і облік витрат на

природоохоронні заходи або відхилення проектів, які не забезпечують відповідних природоохоронних вимог.

У тому й іншому разі здійснення заходів щодо охорони навколишнього середовища вимагає величезних інвестицій на створення нових видів обладнання і споруд. Природоохоронні заходи вимагають розширення капітальних вкладень як у масштабі окремого підприємства і регіону, так і в загальнодержавному масштабі [12, с. 18].

Забруднення навколишнього середовища призводить до виникнення двох видів витрат у народному господарстві: витрат на попередження впливу забрудненого середовища на реципієнтів і витрат, що викликаються впливом на них забрудненого середовища, що вимагає появи додаткових інвестицій екологічної спрямованості та ліквідацію наслідків негативних впливів [13].

За своїм змістом зазначені вище додаткові інвестиції являють собою екологічний складник суспільно необхідних витрат, тобто витрати суспільства, викликані негативним впливом на різні елементи процесів виробництва і споживання продукції. Таким чином, під інвестиціями екологічної спрямованості слід розуміти виражені у вартісній формі фактичні і можливі витрати для відшкодування збитків, заподіяних народному господарству забрудненням навколишнього середовища, або додаткові витрати на компенсацію цих збитків [6, с. 37].

Як бачимо із Закону України «Про інвестиційну діяльність», у констатації українського законодавства інвестування концентрується не на тому, куди йдуть вкладення. У такому контексті екологічність інвестицій пов'язується з особливостями її застосування. Зрештою, будь-яка інвестиція пов'язана з основними факторами виробництва, що включають землю і ресурси. Екологічні інвестиції в нашому розумінні мають на увазі вкладення коштів із метою збереження і раціоналізації використання природного капіталу насамперед як продуктивної сили [14].

Поряд із широким поняттям екологічних інвестицій пропонується «звузити» категорію до екосистемних послуг і інвестицій в екологічні послуги. Надалі пропонується показувати категорію екологічних інвестицій та інвестицій в екологічні послуги в нормативних, правових і фінансових документах окремо, дотримуючись ієрархічності і підпорядкованості. При цьому екологічні інвестиції повинні бути на більш високому рівні понятійної ієрархічності. Водночас поняття про екосистемні послуги все ширше запроваджується зарубіжними економістами-управлінцями у сфері природних ресурсів.

Екосистеми забезпечують цілу низку послуг, які мають основне значення для належного функціонування навколишнього середовища та економічного і соціального розвитку. Хоча попит на ці послуги, в тому числі на забезпечення наявності чистої прісної води, постійно зростає, здатність екосистем забезпечувати такі послуги погіршується в результаті деградації, що постійно посилюється та знижує перспективи сталого розвитку. Це зумовлено багатьма причинами (наприклад, економічним

зростанням, демографічними змінами). Важливе значення має і той факт, що цінність таких екологічних послуг часто не визначена і в процес прийняття рішень вона не включається. У таких рішеннях перевага віддається інвестиціям швидше у водогосподарські об'єкти (наприклад, у будівництво дамб для боротьби з повенями або в установки фільтраційних пристроїв на станціях водопідготовки), ніж у поліпшення здатності пов'язаних із водою екосистем щодо пом'якшення наслідків повеней та очищення води [15; 16].

Екосистемний підхід чітко простежується в Конвенції ЄЕК ООН з охорони та використання транскордонних водотоків та міжнародних озер 1992 року. На третій нараді (Мадрид, листопад 2003) Сторони прийняли рішення включити в план роботи на 2004–2006 роки проведення двох семінарів з екосистемного підходу до водогосподарської діяльності: перший – про роль екосистем як джерел води (Женева, 13–14 грудня 2004 р.), другий – про екологічні послуги та фінансування охорони та сталого використання екосистем (Женева, 10–11 жовтня 2005 року) [15; 17; 18].

Європейським і світовим співтовариством на низці недавніх нарад високого рівня обговорювалася концепція екосистемних послуг, яка стає все більш звичною європейським ученим і особам, які приймають рішення в природокористуванні.

Восьма нарада конференції сторін конвенції про біологічне розмаїття (Курітіба, Бразилія, 20–31 березня 2006 року). Рішення VIII / 9: Значення підсумків Оцінки екосистем на порозі тисячоліття. У пункті 19 Конференція Сторін заявляє: «Визнаючи також необхідність удосконалення знань про тенденції в області біорізноманіття та розуміння його цінності, в тому числі його ролі в забезпеченні екосистемних послуг як засобів удосконалення процесу прийняття рішень на глобальному, регіональному, національному та місцевому рівнях і також визнаючи горизонтально-вертикальні взаємодії в екосистемах, закликає Сторони, інші уряди та відповідні організації, включаючи наукові органи, розширити підтримку і координацію наукових досліджень у цілях, крім усього іншого, удосконалення: основних знань і уявлень про біорізноманіття і його компоненти; систем моніторингу; індикаторів біорізноманіття; вартісної оцінки біорізноманіття; моделей зміни біорізноманіття, функціонування екосистем та екосистемних послуг» [19].

В останні роки одержали визнання новаторські фінансові механізми, системи плати за екосистемні послуги (ПЕУ), які розглядаються як один із ключових способів усунення порушень природоохоронної діяльності. У разі суттєвих екологічних проблем в умовах обмежених фінансових ресурсів ПЕУ можуть стати джерелом додаткових альтернативних ресурсів, дати можливість переключити використання засобів на екологічно безпечні методи керування і забезпечення стійкої структури виробництва, створити стимули для інвестицій і залучити приватний сектор до роботи з охорони навколишнього середовища.

Нами пропонується розглядати екологічні послуги як приватний випадок екосистемних послуг.

Одним із дієвих механізмів ефективного використання природних ресурсів є впровадження плати за екологічні послуги в умовах комплексного управління ресурсами. У такому контексті можуть бути сформульовані підходи до екологічного інвестування шляхом формування і розвитку концепції екологічних послуг.

«Екологічні послуги» означають вигоди, які отримують люди від екосистем. Вони включають забезпечувальні послуги, такі як продовольство, забезпечення водою, лісоматеріалами і волокнистими матеріалами. Виділяють регулюючі послуги, які впливають на клімат, повені, хвороби, відходи і якість води; культурні послуги, які забезпечують задоволення рекреаційних, естетичних та духовних потреб; підтримуючі послуги, такі як ґрунтоутворення, фотосинтез і кругообіг поживних речовин [15, с. 45].

У статті пропонується впровадження терміна «інвестиції в екологічні послуги», що означає вкладення фінансових, матеріальних, технічних засобів до реставрації, збереження, охорону екосистем, важливих для формування екосистемних послуг (згідно з розумінням їх ЄЕК).

Важливим теоретичним питанням є визначення місця інвестицій в екологічні послуги серед інших видів інвестицій.

Застосування системного підходу до аналізу процесу формування ринку інвестицій в екологічні послуги, що дає змогу розглядати його із двох позицій та виділити два її види: з одного боку, це напрям діяльності держави, спрямований на створення умов для здійснення інвестиційної діяльності в екосфері, з іншого боку – формування відповідної внутрішньої управлінської інвестиційної культури, спрямованої на екологічні цілі. Політика інвестицій в екологічні послуги покликана забезпечити виявлення та поєднання найрізноманітніших джерел інвестиційних ресурсів: державних, регіональних, підприємницьких, акціонерських, заощаджень населення, іноземних інвестицій у вирішення питань раціонального природокористування.

Особливістю сучасного етапу розвитку економіки є те, що комерційні та екологічні цілі багатьох підприємств зливаються в єдине ціле, в цьому проявляється ефект їх комплексування. Нині в інвестиційній теорії намічена низка підходів до визначення інвестицій у сфері природокористування [20; 21; 22]. Це – види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті яких утворюється екологічний, економіко-екологічний, еколого-соціальний ефекти. Це дає право розглядати категорії економіко-екологічної та соціально-екологічної ефективності інвестицій.

Екологічні проблеми, викликані сільським господарством, включають ерозію і забруднені рідкі стоки, які приводять до потрапляння органіки у водосховища, також серйозні проблеми для безпеки можуть виникати внаслідок ненадійного зберігання та неналежного використання пестицидів.

Загальна еколого-економічна та ресурсна ситуація в Україні є важкою і вимагає цілеспрямованого відшкодування втрат шляхом формування відповідної політики інвестицій в екологічні послуги. Дії Уряду повинні

бути спрямовані на вирішення тих екологічних проблем, які приводять до негативного впливу на здоров'я людей і умови їхнього проживання. Насамперед це питання якості (безпеки) і доступу до питної води та забруднення навколишнього середовища. Також увага повинна бути сконцентрована на поліпшенні управління природними ресурсами, виконання найголовніших міжнародних зобов'язань України у сфері навколишнього середовища [23, с. 17–19].

Насамперед підкреслимо, що кризова соціально-економічна ситуація в усіх сферах суспільного життя піднімає актуальність практичного вирішення проблеми своєчасного попередження і мінімізації еколого-економічних втрат від наднормативного (понадлімітного) забруднення навколишнього середовища (атмосфери, водних джерел) у різних галузях економіки з метою забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності населення і природних екосистем [21, с. 25]. Все це зумовлює високу актуальність питань упровадження практики розширення і підвищення ефективності інвестицій в екологічні послуги.

Необхідна оцінка економічної ефективності заходів, пов'язаних з екологічними послугами, повинна базуватися на основних положеннях теорії ефективності суспільного виробництва, відтворювальної системи суспільства загалом, у тому числі капітальних вкладень, нової техніки, затрат на невиробничу сферу.

1.2. Методичні підходи до оцінки інвестиційної проектної діяльності в сфері природокористування

У ситуації, що склалася в Україні, зросла необхідність і важливість проведення економіко-екологічного аналізу, ситуація вимагає відповідного ранжування проектів, пов'язаних з інвестиціями в екологічні послуги. Основними базовими елементами проведення такого актуального економіко-екологічного аналізу, на нашу думку, є такі умови:

Всім інвестиційним проектам, що зумовлюють значний вплив на стан навколишнього середовища, повинна передувати серйозна передінвестиційна стадія з попередньою екологічною атестацією та еколого-економічним обґрунтуванням ефективності інвестиційних проектів.

Під час проведення екологічної атестації проектів необхідно враховувати ступінь екологічного ризику (низький, проміжний, високий).

Під час розроблення методичних основ еколого-економічного обґрунтування ефективності інвестиційних проектів необхідно обов'язково враховувати джерела фінансування проекту [1; 34].

Важливими критеріями урахування екологічного фактора під час оцінки ефективності інвестицій в екологічні послуги є їхня економічна та екологічна ефективність. Всі методи, використовувані в міжнародній практиці аналізу інвестиційної діяльності, умовно можна підрозділити на засновані на дисконтованих оцінках і засновані на облікових оцінках. Основні ідеї цих методів засновані на використанні показника чистого приведенного (поточного) ефекту проекту та коефіцієнтів внутрішньої

рентабельності, індексу рентабельності проекту, періоду повернення капіталовкладень. У другу групу методів входять методи, що базуються на розрахунку строку окупності, коефіцієнта рентабельності капітальних вкладень. В Україні нині для обґрунтування проектів з участю іноземних інвесторів широко використовується методика ЮНІДО [19]. Розрахунки ефективності, виконані відповідно до цієї методики, визнаються зарубіжними інвесторами, і це полегшує проходження міжнародної експертизи проектів. Однак широке поширення методики не є свідченням її бездоганності.

У методиці, запропонованій Н.М. Ниловой, під час визначення чистої поточної вартості (NPV), внутрішньої норми прибутку (IRR.), терміну окупності (PP), індексу рентабельності (PI) використовуються показники еколого-економічних витрат, що мають імовірнісний характер і впливають на розмір грошових потоків:

$$NPV = П - I - E_z, \quad (1.2.1)$$

де $П$ – сума грошових потоків до поточної вартості;

I – сума інвестиційних ресурсів, спрямованих на реалізацію проекту в поточній вартості;

E_z – сума економічних збитків, завданих понадлімітними викидами (скидами) до поточної вартості.

За своїм змістом ці витрати визначаються як еколого-економічні збитки від понадлімітного забруднення навколишнього середовища [35]. Вони мають імовірнісний характер і складаються із: платежів за поточний понадлімітний викид (скидання) забруднюючих речовин у навколишнє середовище; компенсацій, що сплачуються державі в результаті аварійних викидів (скидів); компенсацій, що сплачуються державі у результаті залпових непередбачених викидів (скидів); штрафів за порушення чинного природоохоронного законодавства; внутрішнього економічного збитку, зумовленого понадлімітним забрудненням навколишнього середовища, заподіяної інвестору; компенсацій юридичним і фізичним особам у зв'язку із заподіяним збитком у разі понадлімітних викидів [20].

Вплив забруднення навколишнього середовища на трудові ресурси підприємства проявляється через підвищення професійної і загальної захворюваності, травматизм. Економічними збитками при цьому вважаються зменшення продуктивності праці, витрати робочого часу, додаткові витрати на запобігання і компенсацію соціальних наслідків. Під час економічної оцінки інвестиційних проектів пропонується здійснити коригування грошових потоків з урахуванням еколого-економічного ризику.

Інша методика, розроблена В.С. Верещак, пропонує на першому етапі проводити аналіз беззбитковості і цільового планування прибутку.

Відмінною особливістю інвестиційних проектів, які передбачають екологічні інвестиції, є подвійний характер віднесення екологічних витрат: у складі собівартості продукції і чистого прибутку. Особливості традиційної схеми аналізу беззбитковості передбачають урахування всіх

можливих витрат у складі собівартості, пропонується аналіз беззбитковості і цільового планування прибутку, який базується на чистому, а не на операційному прибутку.

У розглянутій методиці особливістю є те, що штрафні виплати за забруднення навколишнього середовища (у кратному розмірі щодо звичайних платежів) здійснюються тільки в тому разі, коли обсяг викидів перевищує допустиму величину, яка в кожному конкретному випадку встановлюється окремо. У зв'язку з цим у розрахунки введена величина так званого граничного обсягу виробництва N , перевищення якого приводить до виплат за забруднення навколишнього середовища з прибутку.

Розрахунок величини чистого прибутку (NI) для випадку, коли обсяг виробництва перевищує граничне значення, здійснюється за формулою:

$$NI = (p \cdot M - (v \cdot M + q \cdot N) - F) \cdot (1 - s) - z \cdot (M - N), \quad (1.2.2)$$

де p – ціна одиниці продукції;

M – обсяг виробництва;

v – змінні витрати на одиницю продукції;

q і z – змінні екологічні витрати на одиницю продукції відповідно у складі собівартості і чистого прибутку;

F – постійні витрати;

s – ставка податку на прибуток.

Виходячи з цього, точка беззбитковості (BEP) визначається таким чином:

$$BEP = \frac{(F - q \cdot N)(1 - s) - z \cdot N}{(p - v)(1 - s) + z}. \quad (1.2.3)$$

Для отримання спільного рішення в рівняння введена так звана індикаторна функція (I), яка приймає значення 1, якщо $M > N$, або 0, якщо $M < N$.

Таким чином, на основі виконаних досліджень робиться висновок щодо того, що точка беззбитковості не змінюється за зміни граничного обсягу виробництва, починаючи з деякого критичного значення (так званий «ефект насичення»). У разі збільшення обсягу постійних витрат точка беззбитковості вища, а ефект насичення з'являється пізніше.

Під час оцінки ефективності інвестицій в екологічні послуги завдання полягає в оцінці цільових капітальних вкладень за фінансовим критерієм, який відображає інтереси підприємства. Істотним під час постановки та подальшого розгляду завдання є питання про джерела фінансування. Розглянуто такі схеми фінансування: кредитне фінансування – банківський кредит із фіксованою процентною ставкою; фінансування за рахунок власних джерел підприємства; змішане фінансування, що включає перші два джерела в певній комбінації.

На початку доцільно виконати розрахунки, щоб отримати відповідь: визначити таку величину капітальних вкладень в екологічні послуги, які економічно доцільні порівняно з регулярними поточними платежами за забруднення навколишнього середовища. Центральне місце в обґрунтуванні

інвестицій в екологічні послуги має прогноз грошових потоків. Грошовий потік інвестицій в екологічні послуги складається з трьох таких компонентів:

– позитивний грошовий потік за рахунок виключення екологічних платежів (Q):

$$Q = N * q(1 - s) + (M - N) * q + D * s, \\ M > N, \quad (1.2.4)$$

де D – річний обсяг амортизації очисних споруд, або:

$$Q = M * q * (1 - s) + D * s, \quad M < N \quad (1.2.5)$$

– негативний грошовий потік за рахунок додаткових експлуатаційних витрат (C):

$$C = M * v + F \quad (1.2.6)$$

– виплати (R) під час обслуговування боргу за умови виплати відсотків I і погашення основної частини боргу P :

$$R = I * (1 - s) + P. \quad (1.2.7)$$

Як критерій прийняття рішень (у разі повного кредитного фінансування) розраховується показник чистої поточної вартості (NPV), визначається як різниця поточної вартості грошових надходжень та поточної вартості грошових відтоків. Цей показник передбачає дисконтування грошових потоків з метою визначення ефективності інвестицій.

У разі фінансування інвестицій в екологічні послуги за рахунок власних коштів критерієм прийняття рішень щодо доцільності інвестицій виступають показники чистої поточної вартості і внутрішньої норми прибутку (IRR).

За змішаного фінансування під час характеристики структури фінансування прийнята частина кредитної інвестиції (h). Особливістю оцінки ефективності є те, що кредитна компонента інвестицій безпосередньо враховується під час прогнозу грошових потоків, а ефективність проекту оцінюється на основі порівняння власних вкладень із чистими грошовими потоками за ставки дисконту, яка прирівнюється до вартості власного капіталу. У результаті розрахунків формули для критеріїв ефективності мають вигляд:

$$NPV + C(1 - h) = + \frac{CF_1}{(1 + e)^1} + \frac{CF_2}{(1 + e)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1 + e)^n} \quad (1.2.8)$$

$$C(1 - h) = \frac{CF_1}{(1 + IRR)^1} + \frac{CF_2}{(1 + IRR)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1 + IRR)^n} \quad (1.2.9)$$

де C – компенсація юридичним та фізичним особам за заподіяний економічний збиток у разі понадлімітних викидів;

t – період дисконтування;

CF – грошові потоки;

e – показник дисконти.

За результатами аналізу робиться висновок про наявність оптимального значення показника (h). Отриманий результат легко інтерпретується. У допущенні того, що меншому обсягу кредитів відповідає менша процентна ставка внаслідок більш низької його ризикованості, за збільшення частки кредиту спостерігається ефект додаткової економії процентних платежів, і значення NPV – критерію збільшується. За зростання частки позикового капіталу у зв'язку зі збільшенням ризику кредитора процентна ставка зростає, тобто капітал стає дорожчим, що приводить до зменшення NPV-критерію. Перед тим як починає переважати інша тенденція, значення критерію досягає максимуму, що відповідає оптимальному значенню частини кредитної інвестиції.

Показник загальної економічної ефективності інвестицій в екологічні послуги EI обчислюється як відношення річного (багаторічного) повного економічного ефекту до обсягу цих інвестицій.

$$EI = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m Ep_{ij} - C}{rI}, \quad (1.2.10)$$

де Ep – повний економічний ефект i -го виду ($i = 1, 2, 3, \dots, n$) на j -м об'єкті ($j = 1, 2, 3, \dots, m$), знаходиться в зоні ренатуралізації території;

C – річні експлуатаційні витрати на обслуговування і утримання основних фондів средозащитного призначення, що викликали повний економічний ефект;

I – інвестиції;

r – коефіцієнт дисконтування.

Економічна ефективність інвестиційного проекту безпосередньо пов'язана з проблемою комплексної оцінки ефективності капітальних вкладень, оскільки проект у цьому разі розглядається як об'єкт інвестування. Перехід до ринкових відносин вимагає гнучких рішень в економіці, що забезпечують істотне підвищення ефективності інвестицій. Одним із найважливіших питань теорії ефективності слід визнати критеріальний підхід, оскільки за різних критеріїв мають місце різні відповідні показники (коефіцієнти) економічної ефективності. В основу критеріального підходу закладено триєдиний критерій раціональності інвестицій: економічний, екологічний і соціальний. Це ускладнює визначення ефективності і потребує методики, яка би спочатку визначала оптимальні варіанти в кожній із зазначених сфер, а потім давала можливість інтегрувати їхні дані.

2. Механізми підвищення ефективності інвестицій

2.1. Комунікаційні механізми підвищення ефективності інвестицій в екологічні послуги

Використання проектного методу для впровадження інвестицій в екологічні послуги передбачає підвищення рівня інтенсивності взаємодії його суб'єктів. Забезпечення підходів до ефективних організаційних методів

та підходів екологічного менеджменту, що включає інвестування в екологічні послуги, залучення інвестицій в кризові екологічні системи передбачає підвищення відповідальності за прийняття рішення і перехід від директивно-командного управління ресурсовикористанням до ринкових механізмів, що передбачають наявність інструментів конкуренції, переконання, попиту і пропозиції екологічних послуг.

Для запровадження ефективної реалізації екологічно чистих товарів підприємству необхідно здійснити комплекс заходів, які забезпечують фізичний розподіл товарів на ринку, активно впливати на цінову політику, рекламу, а також додати сервісне обслуговування товарів перед реалізацією та після реалізації. На цей комплекс маркетингових комунікацій відводиться значний обсяг цілеспрямованих маркетингових дій із формування попиту і стимулювання збуту як самого підприємства, так і його торгових агентів та інших комерційних посередників [19].

Організація комунікацій є основою екологічного управління та маркетингу. Система маркетингових екологічних комунікацій (СМЕК) не відрізняється від традиційної системи маркетингової комунікації, тобто системи, яка охоплює будь-яку діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання і нагадування споживачам про свої товари, стимулювання їх збуту і створення позитивного іміджу підприємства в очах громадськості. Основними елементами екокомунікації є реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту та персональний продаж. Кожний складник СМЕК має свої особливості, специфічні заходи і прийоми, але всі вони взаємопов'язані і доповнюють один одного, утворюючи єдиний комплекс.

Основними завданнями екокомунікацій є: формування попиту на екологічно чисту продукцію; стимулювання збуту екологічно чистої (зеленої) продукції; інформування споживачів про фірму та її товари (послуги); формування позитивного іміджу фірми як такої, що доброзичливо ставиться до навколишнього середовища; мотивація споживачів, актуалізація їхніх потреб і формування акту купівлі продукції, яка відповідає екологічним стандартам; формування відданості екологічним знакам і маркам.

Для ієрархічної схеми найбільш важлива чистота каналу зв'язку, оскільки в ній повідомлення, якщо досягне одержувача, завжди буде виконано. За демократичною схемою сутність справи полягає у наявності права вибору у одержувача: виконувати чи ні повідомлення. Це пов'язано із ще однією відмінністю: у межах ієрархічної комунікації перед нами зчіпка «керівник – підлеглий», у підлеглого немає іншого вибору, окрім послуху. У демократичній схемі ми маємо справу з вільною людиною. Інноваційні та інерційні комунікації пов'язані відповідно із ставленням до минулого/майбутнього, досвіду та новизні та ін. Важливими функціями ЕЕ-комунікації також є адресність, зміст і предмет.

Для проведення економічного аналізу екологічних послуг, пов'язаних із водою, правилами рекомендується: після визначення екологічних послуг, які можуть дозволити вирішити наявні або майбутні проблеми, пов'язані з

водокористуванням; наступний крок полягає у кількісному визначенні цінності зміни певних таким чином екологічних послуг, тобто у зважуванні сукупних чистих вигод, зумовлених реалізацією конкретних сценаріїв (наприклад, переведення сільськогосподарських угідь під пасовища або заліснення).

Цінність багатьох послуг, пов'язаних із водою, часто можна визначити тільки за допомогою непрямих методів оцінки, оскільки вони не є об'єктом збуту на фактичних ринках.

Зіставлення чистого прибутку, пов'язаного зі збереженням наявного положення, з чистими вигодами, пов'язаними з реалізацією альтернативних сценаріїв використання екосистем, забезпечує основу, яка дає змогу прийняти рішення щодо доцільності здійснення будь-яких сценаріїв. Як правило, таке рішення необхідно приймати в тому разі, коли зміна чистих вигід, визначених з урахуванням принципу обережності, має позитивний і досить масштабний характер.

Важливо визначити, хто отримає вигоду від зміни екологічних послуг і хто буде нести витрати, яким чином будуть розподілятися витрати і вигоди між різними зацікавленими сторонами (стейкхолдерами, бенефіціаріями), які користуються різними екологічними послугами. Це дасть змогу водночас вирішити питання фінансування екосистемних проєктів і визначити необхідність виплати компенсації тим групам, у яких доступ до природних ресурсів або екологічних послуг, пов'язаних із водою, буде обмежений.

Процес прийняття рішень не має лінійного характеру в силу взаємозв'язку між основними питаннями (як приклад, можна послатися на мобілізацію політичної підтримки і виявлення покупців екологічних послуг). Крім того, деякі питання, які належить вирішити на ранньому етапі, знову виникнуть на заключних етапах. Ключовим етапом комунікації є оцінка екологічних послуг і аналіз попиту та формування організаційних меж інвестування та продажу екологічних послуг.

Фінансові механізми інвестицій в екологічні послуги включають прямі компенсації, створення інвестиційних фондів.

Пряма компенсація.

Фінансовим механізмом, що найчастіше використовується стосовно до систем екологічних послуг (ЕП), є пряма компенсація продавцям (тобто постачальникам екологічних послуг). Здебільшого ставка компенсації (або розмір стимулу) встановлюється і визначається для цієї конкретної форми землекористування або практики управління, яка дає змогу надавати необхідну екологічну послугу, в розрахунку на гектар (наприклад, в дол. США за га). Схема інвестиції в ЕП може передбачати різні ставки за різні види землекористування або практики управління, які, за оцінками, забезпечують різний рівень екологічних послуг.

Наочним прикладом державної платіжної схеми є програма управління Нью-Йоркським вододілом Катскилл. Вододіли Катскилл і Делавер є джерелом 90% води, споживаної містом Нью-Йорком. У зв'язку з погіршенням якості води в 90-х роках Агентство з охорони навколишнього

середовища (АООС) США ввело вимоги про фільтрації всіх поверхневих вод, якщо не вдасться забезпечити постачання чистою водою природним чином. Було підраховано, що будівництво фільтрувальної станції обійдеться у 6–8 млрд. дол. США, а щорічні витрати на експлуатацію становитимуть від 300 до 500 млн. дол. США. Замість будівництва фільтрувальної станції міська влада вирішили інвестувати 1,5 млрд. дол. США протягом 10 років у програму управління вододілом, поклавши цю функцію на некомерційну організацію «Катскилл уотершед корпорейшн». Суть програми полягає у вдосконаленні практики землекористування та лісокористування з метою скорочення масштабів забруднення води. Була прийнята схема ПЕУ, кошти на яку були виділені владою міста Нью-Йорка, штату Нью-Йорк і федеральним урядом. На цьому етапі ця схема фінансується за рахунок надходжень від податку, що стягується із споживачів води в Нью-Йорку.

У Швейцарії опади дають питну воду на суму приблизно в 3500 євро на гектар сільськогосподарських угідь. Оскільки основним джерелом забруднення ґрунтових вод нітратами є інтенсивні методи ведення сільського господарства, не адаптовані до місцевих умов, жорстке законодавство щодо охорони водних ресурсів та сільськогосподарського виробництва потрібно доповнити іншими заходами, включаючи добровільні програми сприяння використанню екстенсивних сільськогосподарських методів.

Ухвалення схеми інвестування (Додаток В2) було покликане змінити практику землекористування в США, з тим щоб скоротити забруднення ґрунтових вод нітратами, причому акцент був зроблений на ґрунтових водах, використовуваних для виробництва питної води. Федеральний указ про охорону водних ресурсів від 28 жовтня 1998 року вимагає від державних органів вжиття заходів у разі перевищення граничного рівня 25 мг NO₃/л у ґрунтових водах, використовуваних або призначених для використання як питної води. Відповідно до статті 62а Федерального закону США про охорону водних ресурсів фермерам, які беруть участь у здійсненні скоординованого проекту щодо скорочення забруднення нітратами води на території, що живить свердловини для питної води, виплачується компенсація за додаткові витрати, пов'язані із здійсненням на договірній основі встановлених заходів з охорони водних ресурсів, що виходять за межі нормативних вимог і оптимальної сільськогосподарської практики і достатніх для зменшення рівня вмісту нітратів нижче значення 25 мг/л. Умови компенсації встановлюються центральним урядом, а кантони запроваджують відповідні заходи в життя (договори з фермерами, виплати і контроль/оцінка).

Загальна сільськогосподарська політика ЄС та агроекологічні заходи (АЕМ) передбачають стимули для фермерів, що сприяють підтримці та поліпшенню екологічного стану їхніх сільськогосподарських угідь. Фермери отримують плату в обмін на продукцію, що постачається, послугу. Вони підписують договір із державною (керуючою) установою й отримують

відшкодування за додаткові витрати, пов'язані з виконанням таких зобов'язань, і за втрату доходу внаслідок, наприклад, скорочення виробництва. При цьому переслідується двояка мета – знизити екологічні ризики і зберегти природу й окультурені ландшафти. АЕМ виходять за межі звичайної оптимальної сільськогосподарської практики (встановлені законом правила і природоохоронні норми, яких зобов'язаний дотримуватися кожен фермер у повсякденній практиці, зведені воедино в «регіональні» кодекси, які подаються державами-учасниками на схвалення комісії).

Прикладом приватної домовленості (на засадах самоорганізації) є практика, застосована у водогосподарських питаннях фірмою «Нестле» у Франції. «Нестле», якій належать природні мінеральні джерела «Віттель» на північному сході Франції, прийняла захисні заходи в живильному джерелі водозбірного басейну, де велося інтенсивне землеробство (що стало причиною стоків біогенних речовин і відкладення пестицидів), скупивши сільськогосподарські землі і зробивши на них лісопосадки. Крім того, вона добилася подальшого зниження забруднення, підписавши з місцевими фермерами договори на строк від 18 до 30 років, які передбачали зниження рівня забруднення нітратами за рахунок введення екстенсивних методів тваринництва та їх оптимізації, а також заміни зернових культур люцерною.

Особливістю механізмів інвестування в екологічні послуги є високий рівень взаємодії його учасників. Такі підходи вимагають високої компліментарності і є складними для впровадження в українських умовах конфліктного ресурсокористування. Тим більше для їх упровадження важливо використовувати підходи економіко-екологічних комунікацій, які слід формувати в Україні як один з елементів громадянського суспільства.

Висока інтенсивність економіко-екологічної комунікації (суб'єктної та об'єктної частини), досяжна в умовах формування громадянського суспільства, прозорості ведення залежного від споживання природних ресурсів бізнесу, значущих для стану навколишнього природного середовища інвестицій, в умовах застосування механізмів екологічних декларацій, кодексів ділової честі, дотримання міжнародних конвенцій, застосування інших форм екологічної етичності є основою підвищення економіко-екологічної ефективності інвестицій і контролю за ним.

2.2. Формування стратегій інвестиційної політики у сфері надання екологічних послуг як ключового елементу регіонального та територіального сталого розвитку

Інвестиційна політика, що реалізує довгострокову стратегію, повинна використовувати загальноприйняті принципи стратегічного розвитку. Вони характеризуються: постійним моніторингом внутрішнього потенціалу та зовнішнього оточення (розвідка); ясними і досяжними цілями; відчутними результатами; реальними тимчасовими рамками; багатокроковими планами.

Особливість стратегічного підходу щодо інвестицій пов'язана з визначенням поля дії інвестиційної стратегії, яка імппульсується мікроекономікою країни-донора (місцевим інвестором), а сам донор є

представником приватного бізнесу. Впроваджуються вони також у мікроекономіку, але вже іншої країни. Таке впровадження передбачає пряму руку держави, яка, на відміну від «невидимої руки ринку», повинна бути чітко відчутною. Це означає, що політичний рівень керівництва повинен брати участь у плануванні, реалізації та нагляд за здійсненням інвестиційної політики та інвестиційних стратегій.

Важливо виявлення місць додатків інвестиційних потоків, оскільки інвестиції, вклинившись у господарський сектор, автоматично змінюють його структуру. Структурна політика держави враховує цю обставину. Під час формування ефективної структури уряд використовує інвестиції як інструмент. У результаті відбувається зрощення інвестиційної політики із загальною економічною політикою [27].

Щоб отримати повну картину інвестиційного потенціалу, необхідно взяти до уваги – крім рівня вільних коштів – можливість отримання інвестиційних кредитів і позик (а також потенційну можливість зменшення вільних коштів за рахунок сплати відсотків за кредитами та їх повернення, тобто за рахунок заборгованості минулих років). Формула визначення інвестиційного потенціалу (I) буде мати такий вигляд:

$$I = WS + DZ - O, \quad (2.2.1)$$

де: WS – вільні кошти протягом аналізованих років;

DZ – можлива зміна стану фінансових зобов'язань на кінець аналізованого періоду в році, тобто різниця між станом зобов'язань у році і збільшеним станом зобов'язань;

O – витрати протягом аналізованого періоду на обслуговування боргів загалом [33].

Необхідно розмежувати два значення, в яких одночасно використовується термін «кредитоспроможність». У першому значенні йдеться про фінансову платоспроможність цього суб'єкта як потенційного споживача кредиту. Однак є ще інше значення «кредитоспроможності»: у цьому значенні йдеться про здатність до своєчасної поточної оплати боргу цієї величини, за цього рівня відсотка, цього періоду сплати і цих додаткових умов, водночас із нарахованими відсотками.

Протягом останнього десятиріччя в Україні відбулися економічні зрушення виняткової сили. Докорінно змінилися сили, які визначають економічну діяльність, і рух у напрямі до ринкової економіки. Не дивно, що змінилися також можливості регіонів реагувати на такі значні зміни, тому питання регіональної політики виходить на одне з провідних місць в економічній політиці держави. Відновлення економічного зростання в Україні забезпечує кращі умови, ніж раніше, для вирішення питань регіонального розвитку, проте навіть за найкращих обставин регіональна політика залишається надзвичайно складною проблемою [2].

У минулому в Україні була виконана ціла низка заходів щодо вирішення питань, пов'язаних із політикою регіонального розвитку, тим не менш, вони

не дали комплексних позитивних результатів. Деякі можливі пояснення такої ситуації пов'язані з таким.

База для визначення цілей і пріоритетів регіональної політики є слабкою. У запропонованих в 90-х роках підходах увага фокусувалася головним чином на отриманні ресурсів для певних ініціатив; але не було вироблено комплексного підходу до задоволення потреб регіонального розвитку. Не були встановлені фінансові параметри.

Розподіл інвестицій за принципом *ad hoc*. Державна інвестиційна політика отримала важливий вплив на регіональний розвиток, тим не менш, все ще не запроваджено прозорий механізм розподілу інвестиційних ресурсів. Крім того, бюджетний процес не пов'язує інвестиції з бюджетом капіталовкладень.

Хоча на регіональному рівні розроблено чимало заходів, спрямованих на підтримку регіонального розвитку, регіональна політика часто сприймається як спущена зверху вниз. Центральний уряд надає ресурси для інвестицій або застосовує спеціальні стимули й істотним чином впливає на ситуацію в регіонах.

Для подолання цієї ситуації необхідно сфокусувати роль центрального уряду на: визначенні пріоритетних цільових завдань; ефективному управлінні державними витратами; надання підтримки розвитку основної національної інфраструктури; створення сприятливого інвестиційного клімату в країні в цілому та вирішенні найважливіших питань розподілу ресурсів. Необхідно також поліпшити координацію між секторальними міністерствами та іншими підрозділами уряду в питаннях оцінки наслідків конкретної секторальної політики (зокрема, освітньої політики, промислової політики, конкурентної політики тощо) та забезпечити узгодженість дій урядових структур. Самі регіони повинні відігравати активну роль у визначенні потенційних джерел економічної діяльності і зростання, а також у зміцненні факторів, які, як показує досвід, мають позитивний вплив на регіональний розвиток (людські ресурси, інвестиційний потенціал, здатність використовувати ресурси, установи, управління і соціальний капітал, збереження і відтворення екологічних ресурсів). За допомогою широких консультацій та розвитку партнерства між регіональними і місцевими структурами, а також державним і приватним секторами регіони повинні виробити стратегію просування у напрямі економічного зростання. Важливо підштовхнути регіони до пошуку власних рішень, замість того, щоб спиратися на центральний уряд як каталізатор змін. Необхідно також поліпшити механізми координації дій центру та регіонів.

Сучасна концепція державної регіональної політики України спирається на уявлення, згідно з якими подальша підтримка підприємств важкої промисловості за рахунок інших сфер діяльності є відповідною базою для майбутнього зростання. Вважається, що саме ці підприємства забезпечать подальше зростання. Це суперечить базовим економіко-екологічним принципам і сучасному уявленню про формування структур п'ятого і шостого економічного укладу.

Концепція повинна давати загальні вказівки щодо розроблення регіональних програм, які зосередилися б на визначенні ділянок зростання, надання підтримки розвитку горизонтальних зв'язків, формуванні сприятливого інвестиційного середовища та способи здійснення моніторингу та оцінки.

Посилення фінансової звітності та спроможності регіонів мобілізувати ресурси. Оскільки передбачається, що регіони повинні виявляти ініціативу в розробленні та впровадженні регіональних програм, необхідно, щоб їхня фінансова діяльність була чітко визначеною та прозорою.

Необхідне створення прозорої системи розподілу державних інвестицій, в центрі уваги якої – основна національна інфраструктура. Необхідно, щоб принцип розподілу інвестиційних коштів був прозорим та об'єктивним. Насамперед це стосується екологічних інвестицій. Одним із можливих підходів може бути складання планів, тим не менш у цьому разі важливо пам'ятати, що: плани повинні розробляти регіони з використанням широких громадських консультацій та етичних підходів; загальна сума, призначена для такого механізму трансфертів, має бути чітко визначеною, і повинні бути встановлені дуже чіткі критерії розподілу таких ресурсів.

Здатність залучати як місцеві, так і зовнішні інвестиції має надзвичайно важливе значення для регіонального розвитку. Найбільш ефективним шляхом залучення інвестицій є покращення інвестиційного клімату, зменшення дискреційних втручань держави, системні гарантії щодо дотримання законів та нормативно-правових актів [22].

Розвиток малих і середніх підприємств і сектору послуг необхідні Україні для збереження і диверсифікації зростання. Надання підтримки регіональним агентствам розвитку, створеним за ініціативою, так само вкрай важливо. Регіональні агентства розвитку мають стати важливим джерелом інформації, технологій і керівництва до дій для установ і осіб, зацікавлених в інвестиційному розвитку регіону. Перераховані вище підходи можуть дати реальні результати тільки за умови балансу між групами інтересів: корпоративних, державних і регіональних, економічних та екологічних, розміщення продуктивних сил і збереження природно-ресурсного потенціалу. Такі збалансовані походи можливі за умови формування інтеграції економіко-екологічних та інвестиційних стратегій.

Сучасна державна система управління природоохоронною діяльністю в Україні занадто централізована і відомча [25]. Це веде до зниження ефективності управління на регіональному рівні, зокрема щодо напрямів планування та використання інвестицій екологічної орієнтації, а також не дає можливості повністю враховувати територіальні інтереси у створенні екобезпечного навколишнього середовища. Тому виникає необхідність у виділенні як пріоритетного регіонального рівня управління інвестиційною діяльністю екологічної орієнтації. При цьому регіональна екополітика повинна ґрунтуватися на таких принципах: дотримання загальнонаціональних пріоритетів; забезпечення розмежування повноважень між органами виконавчої влади; врахування екологічних інтересів інших

регіонів (у т. ч. суміжних з Україною); формування механізму фінансового забезпечення розвитку системи регіонального екоменеджменту.

Вдала комбінація адміністративних і ринкових механізмів, стимулювання регіональних еколого-інвестиційних програм, включення програм соціального партнерства може дати комплексний ефект: реально поліпшити якість навколишнього природного середовища й одночасно забезпечити достатню кількість ресурсів для задоволення потреб промислового і комунального сектору, соціально-економічних потреб українського народу.

Висновки. Для вирішення низки екологічних проблем, наприклад, пов'язаних з управлінням водними ресурсами, можуть виявитися корисними наявні екологічні послуги. Фінансові механізми інвестицій в екологічні послуги включають, крім фінансування реставрації екосистем прями компенсації, створення інвестиційних фондів, придбання землі. Інвестиції в екологічні послуги, що реалізуються шляхом створення державних схем інвестування в екосистемні послуги на місцевому, національному, субрегіональному рівні, а також як приватні інвестиції в екосистемні послуги. Особливістю механізмів інвестування в екологічні послуги є високий рівень взаємодії його учасників. Ці підходи вимагають високої компліментарності та є складними для впровадження в українських умовах конфліктного ресурсокористування. Для їх впровадження важливо використовувати підходи економіко-екологічних комунікацій, які слід формувати в Україні як один з елементів громадянського суспільства.

Формування стратегії економіко-екологічного розвитку за допомогою інвестиційних стратегій екологічних взагалі і природоохоронних зокрема вже за першого наближення передбачає використання трьох блоків: Для першого блоку метою стратегічного планування є виявлення і використання глобальних інвестиційних можливостей. Він побудований на прогнозуванні пропозиції іноземного капіталу та пошуку конкретних донорів. Другий блок інвестиційної стратегії підпорядкований завданню мінімізувати ризики і загрози втрат важливих виробничих проектів. Завдання третього блоку виявити свої конкурентні переваги як реципієнта інвестицій та визначити ефективні напрями отриманих інвестиційних потоків. Вдала комбінація адміністративних і ринкових механізмів, стимулювання регіональних еколого-інвестиційних програм, включення програм соціального партнерства може дати комплексний ефект: реально поліпшити якість навколишнього природного середовища й одночасно забезпечити достатню кількість ресурсів для задоволення потреб промислового комунального сектору, соціально-економічних потреб українського народу.

Список використаних джерел:

1. Добрынин А.И. Общая экономическая теория: Учебное пособие / Александр Иванович Добрынин и Галина Петровна Журавлева. М. : Питер, 2000. 288 с.
2. Зайцев А.П. Региональная инвестиционная политика // Экономические инновации. Сборник научных работ. Выпуск 7. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. С. 179–188.

3. Європейський союз – Україна. Представництво ЕК в Україні, Моліві та Білорусі. К., 2005. 12 с.
4. Скороход І.П., Рубель О.Е. Формирование концепции региональной инновационно-инвестиционной политики: проблемы, перспективы, приоритеты (на примере одесской области). – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины. 2002. 50 с.
5. Буркинський Б.В., Ковалев В.Г., Ковалева Н.Г., Колонтай С.Н., Павленко Е. П., Розмарина А.Л., Степанов В.Н. Инвестирование природоохранной деятельности. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2002. 224 с.
6. Бригхем Е.Ф. Основы финансового менеджмента, М., 1997. 411 с.
7. Буркинський Б.В., Степанов В.Н., Харичков С.К., Крисилов А.Д. Научные основы формирования концепции устойчивого развития региона: новые идеи и решения. Одесса: ИПРЭИ НАНУ, 1996. 42 с.
8. Галушкина Т. П., Крутякова В.И. Экологическая политика и механизм ее реализации на региональном уровне. Одесса НАН Украины, ИПРЭИ НАН Украины, 1999. 112 с.
9. Проблемы развития современного общества: культура инновации, высокие технологии и экология: научное издание / В.Н. Гринева, П.Д. Дудко, А.Г. Крок и др.; отв. За вып. Дудко П.Д. Харьков: ХГЭУ, 2003. 300 с.
10. Шарко М. Модель формирования национальной инновационной системы. // Экономика Украины, 2005. № 8. С. 25–30.
11. Закон Украины «Об инвестиционной деятельности» от 18 сентября 1991 года № 1561-12 // Відомості Верховної Ради, 1991, N 47, ст. 646.
12. Шовкун І.А. Предпосылки инновационного развития экономики с позиций институционального подхода. // Экономическая теория, 2004. № 4. С. 22–38.
13. Экономическая теория. Учебник для вузов / Ред. Э. Ермолаенков ; Под ред. А. И. Добрынина и А. А. Тарасевич. 3-е изд.. М. : Питер, 2000. 544 с.
14. OECD, EAP Task Force (2001), Fifth Meeting of the NIS Environment Finance Network, OECD Document CCNM/ENV (2000) 90 p.
15. Проблемы инвестиционного менеджмента в природоохранной деятельности // Буркинський Б.В., Ковалева Н.Г., Розмарина А.Л., Ковалев В.Г., Кунинец Л.Е., Рассадникова С.И., Губанова Е.Р., Золотов В.И., Морван С., Журамани Зукан Нажиб, Золотов А.В., Павленко Е.П., Колонтай С.Н. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2001. 232 с.
16. Рубель О.Е. Эколого-экономические проблемы устойчивого использования природно-ресурсного потенциала водно-болотных угодий Украинского Приднубья // Экономические инновации. Вып. 10: Тенденции глобализации и регионализации социально-экономического развития (экономические трансформации экономика и экология). Сборник науч. работ. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2001. С. 265–271.
17. Рубель О.Е. Использование лизинга в сфере освоения нетрадиционной энергетики природно-хозяйственных комплексов Украинского Приднубья // Экономические инновации, вып. 9. Современные проблемы развития экологического лизинга в Украине. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2001, С. 6–12.
18. Рубель О.Е. Экономико-экологические механизмы рационального использования ресурсов водно-болотных угодий Днестра // «Эколого-экономические проблемы Днестра» V міжнародна науково-практична конференція (4-6 жовтня 2006 р.) відп. Ред. В.М. Небрат. Одеса: Інноваційно-інформаційний центр «ІНВАЦ», 2006. С. 91–92.
19. Implications of the findings of the Millennium Ecosystem Assessment [Електронний ресурс] : за даними COP 8 Decision VIII/9 Режим доступу <http://www.cbd.int/decision/cop/default.shtml?id=11023>

20. Андреева Н.Н., Харичков С.К. Экологизированные инвестиции в системе обеспечения ресурсно-экологической безопасности, Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2000. 196 с.
21. Орлов П. Экономика эффективности инвестиций. // Экономика Украины, 1997. № 10. С. 30–49.
22. Яремчук І.Г. Економіка природокористування: Навч. посібник / Іван Герасимович Яремчук; В.о. Терноп. акад. народ. госп-ва. К. : Пошуково-видавниче агентство «Книга Пам'яті України»; Просвіта, 2000. 431 с.
23. Черкасов В.Е. Международные инвестиции: Учебное пособие / Владимир Евгеньевич Черкасов. 2-е изд.. М.: Дело, 2003. 288 с.
24. Стратегія економічного та соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції» / Авт. Кол.: Гальчинський А.С., Гєєць В.М. Нац. інститут стратегічних досліджень, Інститут економічного прогнозування НАН України, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України. К: ІВЦ Держкомстату України. 2004. 416 с.
25. Национальный доклад Украины о гармонизации жизнедеятельности общества в окружающей природной среде. Ответ. рук. д.э.н., проф. В.Я. Шевчук. Київ: ПРООН «Программа содействия устойчивому развитию в Украине». К., 2003. 184 с.
26. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища. Міністерство охорони навколишнього природного середовища. Рада по вивченню продуктивних сил України, Київ, 2005. 227 с.
27. Україна – 2000. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів: короткий звіт. заг. редакція В. Пінзенік. К.: Інститут Реформ, 2001, с. 16.
28. Статистичний щорічник України за 2005 р. /за ред. Осавуленка О.Г. Державний комітет статистики України. Київ, 2006, 575 с.
29. Рощин С.Ю. Экономика труда (Экономическая теория труда): Учебн. пособ. для студ. вузов / Сергей Юрьевич Рощин и Татьяна Олеговна Разумова ; И.о. Московск. гос. ун-т. Экономич. фак-т; Ред. З.А. Басырова. – М. : ИНФРА-М, 2000. 400 с.
30. Актуальные проблемы устойчивого развития / Абруджи М.З., Акимов В.А. и др. НТУУ «Киевский политехнический институт»; под общей ред. Недин И.В., Сухин Е.Н., К.: Общество «Знание» Украины, 2003. 430 с.
31. Хаустов В.К. Регулювання відносин власності на об'єкти інноваційної діяльності. // Економіка і прогнозування, 2003. № 4 С. 115–123.
32. Жеваго К.В. Міжнародні інвестиції і ефективний економічний розвиток: Автореф. дис. ... канд. екон. наук / Костянтин Валентинович Жеваго; В.о. Київ. нац. економ. ун-т. К. : Б/в, 2003. 19 с.
33. Степанов В.Н., Бесфамильный Г.А., Христенко С.И. Экономико-экологическое прогнозирование и управление // Морехозяйственный комплекс: в 2 т. / АН УССР. Одес. отд-ние Ин-та экономики; Редкол.: Б.В. Буркинский (гл. ред.), В.Н. Степанов, В.А. Дергачев и др. Киев: Наук думка, 1991. 352 с.
34. Дорошенко Л., Тищенко Методологічні проблеми регулювання природо-охоронної діяльності // Економіка України, 1996. № 12 С. 63–68.
35. Науменкова С.В. Фінансовий ринок та інвестиції: Збірник тестових вправ і завдань / Світлана Валентинівна Науменкова, Андрій Володимирович Андрєєв и Федір Олександрович Журавка. К. : Тов-во «Знання», 2000. 214 с.

Volokhova Liudmyla
*Ph.D. in Economics,
Assistant Professor at Insurance, Banking,
and Risk Management Department
of Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Ievsieienko Olga
*Ph.D. in Economics, Assistant Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Zakharenko Vladyslav
*Financial Analyst,
Ministry of Infrastructure of Ukraine, Kyiv*

HEALTH INSURANCE IN UKRAINE AS A FACTOR OF SOCIAL WELFARE

Summary

The paper discusses the main macroeconomic challenges and potential implications for the introduction of compulsory health insurance in Ukraine. The main problem in the field of medical care is the discrepancy with the existing needs of funds allocated to finance this industry from official sources. This phenomenon contributes to the development of corruption and the shadow economy.

Attention is drawn to the fact that the private system prompts the consumer to search for healthcare providers with an affordable price and high quality of services. At the same time, the state financing system practically does not stimulate the consumer of insurance services.

The paper proposes comparative logical and structural models for financing medical reform in relation to compulsory health insurance, which makes it possible to determine the guidelines not only for solving health problems but also for increasing the efficiency of the functioning of the insurance market as a whole. The main differences between private and public financing systems are substantiated, their positive and negative aspects are considered.

Introduction. In modern conditions, Ukraine is in a state of restructuring the social protection of the population. The living standard in Ukraine is one of the lowest in Europe. According to experts, almost 70% of the population live below the poverty line. The old system of social protection of vulnerable groups of the population is destroyed, but a new one under the conditions of market regulators is unfinished. In part, the issue of poverty reduction and social protection of the population is solved by means of life insurance, medical insurance, compulsory state insurance against accidents or occupational diseases, as well as insurance of other risks of individuals [1].

Today, health insurance has not yet become a necessary service; positive trends are small compared with the potential and real opportunities of this market.

Domestic insurance companies have concluded almost 90% of health insurance contracts with corporate clients. The average consumer is not interested in acquiring insurance, due to the lack of modern diagnostic and treatment equipment in the majority of clinics, the complexity of medical products and the catastrophic shortage of qualified doctors. Services of private hospitals with modern technologies and material resources are too expensive [14].

The existing health system implies a change in its paradigm-the transition from financing a health facility to financing a service provided to the patient.

In general, medicine is more expensive all over the world. Healthcare costs increase faster than the global economy and make up 10 percent of the global gross domestic product. In poor countries, the cost of health services increases by an average of 6 per cent annually and by 4 per cent in the rich. "Patients cover more than 35 per cent of such costs, resulting in nearly 100 million people in extreme poverty every year." Increasing Public Health Financing, "It is a prerequisite for reaching the overall coverage of health and health-related goals in sustainable development," a new report from the World Health Organization says. It is noted that spending to health – it is not an additional burden on the budget, and investment in poverty alleviation, means increased productivity, economic growth, and building a healthy, safe and just society [1].

On average, in countries with a lower income than average, annual budget spending on health per capita is 60 USD, and in countries with higher levels of income, about 270 USD [2].

For medicine in Ukraine, only 3% of GDP is allocated. A small part is covered by LCA, and the rest is unofficial payments by the population. According to the survey conducted at own expense, 72.6% of the population of Ukraine is being treated, 16.8% are self-employed, and 4.7% have an insurance policy [12].

1. The economic nature and role of health insurance as an important component of personal insurance

Medical insurance is a type of insurance related to obtaining medical care and is a form of social protection of the interests of the population in the healthcare system. Health insurance can guarantee a citizen free provision of a certain amount of medical services for account of funds accumulated by policyholders in the event of health impairment.

Personal insurance is carried out with the purpose of organizing the insurance protection of individual citizens and their families in case of different events that are reflected in the life, health, and efficiency of these citizens. This branch of insurance has a lot to do with social insurance, and above all, with regard to objects of insurance protection of citizens. Performing similar social purpose, social and personal insurance have certain features of insurance protection of the population. Pensions and other benefits, benefits from social insurance are aimed, first of all, at meeting the minimum possible social needs of the population. Social insurance is compulsory and regulated by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated June 2, 1993, No. 398 "Social Insurance Issues" [8].

The peculiarities of social and personal insurance will lead to certain differences in the management of insurance operations in relation to different areas of redistribution of insurance payments. Social insurance and pensions are involved in the redistribution of financial resources of enterprises and organizations and accordingly are managed by specialized state institutions.

This is due to the fact that personal insurance, in general, and life insurance, in particular, are a very important form of social protection of the person. In hard market conditions, these types of insurance, especially health insurance and life insurance, are often the most affordable and reliable means of protecting people in accidents, illnesses, disabilities and a significant source of retirement benefits. The interest in alternative ways to ensure the effectiveness of protection in the near future will be steadily high. But this demand will only be realized if the trust in insurance is increased in general and to certain companies in particular. That requires not only the efforts of companies but also state guarantees.

According to its purpose, health insurance is a form of social protection of the interests of citizens in case of loss of their health for any reason. It is related to the compensation of expenses incurred by citizens for the payment of healthcare and other expenses related to healthcare. Medical insurance combines both short-term and long-term contracts. The object of health insurance is the health and working capacity of the insured person. Responsibility of the insurer comes to the forefront of the disease, access to a medical institution, the need for preventive measures.

Insurance funds for voluntary health insurance are formed at the expense of: voluntary insurance contributions of enterprises and organizations; voluntary insurance contributions of different groups of the population; voluntary contributions of individual citizens [13, p. 125].

Voluntary insurance can be carried out both individually and collectively. Collective, for the most part, is carried out at the enterprise at the expense of its funds. Individual insurance is carried out at the expense of the insured person's funds. Voluntary insurance is carried out on the basis of insurance rules, which determines the health insurance program.

Health insurance programs are determined by the amount of liability of the insurer; list of illnesses as a result of which the insurance company must pay compensation; conditions of the treatment; the volume of services that can be provided by a medical institution.

In accordance with their own needs, the insured person determines the insurance program. When entering into an insurance contract, the insured person must provide health information. In determining the insurance payment, the insured person's age and state of health and the insurance program are taken into account.

The features of voluntary health insurance are determined by its place in the system of social and economic guarantees of citizens and consist in the fact that voluntary health insurance is one of the forms of personal insurance and an important market component, which complements the system of compulsory national health insurance and social security. Voluntary health insurance is based on the principle of insurance solidarity, the content of which consists in the fact

that the insured person receives medical assistance in cases and volumes determined by the insurance contract in accordance with the insurance payment paid. Programs of voluntary medical insurance are chosen at the request of the insured and depend on its solvency [12, p. 17].

Excess of the cost of medical services over the insurer's contributions is possible due to the fact that the part of the insured, who made premiums to the insurance company, do not fall into the insurance situation and do not use the services of medical institutions.

Voluntary health insurance contracts provide that the subject of the contract is an obligation of the insurer in the event of an insured event to pay the insured sum (or part thereof) to the insured for payment of the cost of medical care (medical services) of a certain list and quality in the amount chosen by the insured health insurance programs. The recipient of the insurance payment may be not only the insured person but also a medical institution or assistive company, which provides the receipt of assistance (medical services).

Voluntary health insurance contracts provide for the obligation of a specific person to provide the necessary data on the state of health, whose property interests are insured. The treaties have a tripartite and sometimes multilateral nature and territory of the contract of voluntary medical insurance is not limited to the location of the insurer.

Increasing public health financing is a prerequisite for achieving universal coverage of health services and health-related sustainable development goals. Table 1 defines the share of healthcare expenditure in GDP in different countries.

Table 1

Total expenditure on healthcare to GDP in the countries of the world, %

Country	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Average value	Rating
Great Britain	9,40	9,40	9,30	9,00	9,20	9,00	9,33	6
Italy	9,20	9,20	9,10	8,90	9,00	8,90	9,17	7
Canada	10,90	10,90	9,40	10,30	10,00	10,20	10,57	5
Germany	11,20	11,30	11,30	11,70	11,20	10,70	11,32	3
USA	17,70	17,90	17,40	16,50	17,30	17,30	17,20	1
Ukraine	7,30	7,60	6,50	6,60	6,50	6,80	7,20	9
Finland	9,00	9,20	9,00	9,20	9,10	9,30	9,14	8
France	11,70	11,80	11,60	11,70	11,60	11,70	11,25	4
Switzerland	11,40	11,30	11,70	12,40	12,50	12,80	12, 40	2

Source: compiled by the author based on [6; 14]

On average, member states of the Organization for Economic Co-operation and Development spend nine percent of GDP on health. The United States is the leader in this indicator with health spending of 17.2 percent of GDP. The second place was occupied by Switzerland (12.4%), in the third – Germany (11.3%), in the fourth – France (11.25%), etc.

Like many other Eastern European and CIS countries, Ukraine spends more than 7 percent of GDP on healthcare and more than half of these costs come from patients' own funds.

One of the topical issues of inadequate funding is the lack of outdated equipment or lack of it, which makes the healthcare system ineffective. The lack of modern equipment does not allow the doctor to provide diagnosis and treatment in a qualified manner. Patients may not be able to use other institutions (private or state-owned high-level hospitals) due to the high cost.

In addition, major overhauls of hospitals are carried out situationally, as the heads of institutions do not know in advance whether local administrations or donors will provide funds for this purpose. Thus, they cannot plan the development of their facilities for several years in advance. All this creates obstacles to the introduction and development of an effective health insurance system.

One more problem is connected with additional state financing of medical establishments – it is the automation of accounting. On average, physicians spend about 30% (and sometimes up to 60%) in their time to work with documents that are not directly related to the treatment of patients (writing reports, filling out logs of medical records, etc.). More than 50 percent of doctors believe that it would be better to take care of patients if this work was performed by someone else. While others argue that the computer has created an additional workload for them since they have to first record information on paper, and then enter it into a computer. So, on the one hand, the introduction of electronic medical cards and the system of electronic recording on the reception will save time physicians and patients and increase respect for the entry point, and on the other hand, this process should be accompanied by computer literacy training for doctors who need this.

2. Influence of social and economic factors on the development of personal insurance

The processes of globalization and international integration have a significant impact on the development of personal life insurance. Currently, there is virtually no national insurance market in the pure form, as all of them, due to the penetration of foreign capital, the system of reinsurance of risks on foreign insurance markets, the creation of joint insurance companies, have united in a single insurance space and have undergone significant changes.

Factors that impede the development of insurance activities can be divided into external, in relation to the insurance sector, and internal.

Among the external factors are: low rates of structural changes in the economy, low liquidity, undercapitalisation, insufficient probability of reporting many domestic enterprises and poor transparency of most of them, low level of monetary economy, lack of legislative basis, imperfection of the judicial system, insufficient legal provision of insurance supervision opportunities, low rating of Ukraine.

Among the internal factors, low-quality management can be attributed to many insurance organizations, including insufficient efficiency of risk management

systems and internal control, opaque ownership structure, insufficient development of modern insurance technologies.

Insufficiently developed infrastructure of the insurance market. On the one hand, this reflects a low level of service to the population. And as a consequence: insufficient demand for intermediary services, which is a deterrent to its steady development.

In order to increase the financial reliability of insurers, the elimination of problem issues in the life insurance market is necessary:

- 1) to develop a concept for the development of a life insurance market in Ukraine that would include principles and standards recommended by the International Insurance Supervisory Association, WTO standards, and EU insurance legislation;

- 2) to develop the Insurance Code, which included a complex of laws in the field of insurance and defined the relationship between all the members of the life insurance market;

- 3) to improve the system of taxation and state supervision in the field of reinsurance operations from non-residents;

- 4) to develop proposals for exemption from taxation of funds directed to expand the client base, as well as raise the professional level of insurance activity and insurance culture of the population;

- 5) to switch to international accounting standards, expand the volume, improve the quality, accuracy, and expedite the publication of statements on the state of the life insurance market;

- 6) to increase the financial reliability of domestic insurance companies on the basis of increasing their capitalization;

- 7) to resolve the issue of limiting the activities of branches of foreign insurers in the territory of Ukraine for a certain period of time.

Trade in insurance services evolves as a part of the global process, providing insurance services takes place in foreign markets through the commercial interest of insurers or direct foreign insurance. Due to which foreign insurance companies have the opportunity to realize their competitive advantages along with national insurers, as the legal conditions of insurance market activity in different countries differ [12, p. 19].

Since personal insurance products are socially oriented services, it is necessary to highlight the most influential economic and social factors that affect consumer demand. Among the economic factors that have a significant impact on this area of insurance are:

- 1) the average income level of the population;
- 2) the price of the policy;
- 3) inflation rate;
- 4) the coverage of the insurance market;
- 5) state debt level.

Coverage of the insurance market is determined by the ratio of insurance payments to gross domestic product. The level of indebtedness of the state is determined by the ratio of the amount of external debt to gross domestic product.

Other indicators are freely available on official national sites. The weight of the factor was determined on the basis of an expert survey (Table 2).

Table 2

Factor indicators of the economic impact on health insurance for 2017–2018

Economic factor	2017	2018	Factor weight, %
Average income level per person, UAH thousands	53,1	57,9	25
Policy price (average), UAH	8300	8800	30
Inflation level, %	13,7	9,8	20
Coverage of the insurance market of Ukraine, %	0,76	0,62	15
The level of State debt compared to GDP, %	81	84	10

Source: compiled by the author based on [7; 9; 10]

From the analysis, we see that potential consumers recognized the most influential factors: average income, insurance policy price and inflation. For further analysis, we select the social factors and their factor loads, which are analysed by the integral weight estimation. Social factors: the level of shadow economy; motivation for acquiring an insurance policy, trust in insurance companies, age of the insured, family composition, low legal literacy, dumping in insurance companies, low insurance culture, uneven territorial distribution of insurance companies' offices.

Because of the crisis in the country and the growth of inflationary processes, citizens' incomes should be higher in order to ensure the growth of potential consumers.

For the selection of sound factors of influence on the development of health insurance, at the first stage, we form a set of indicators that directly or indirectly reflect the level of socio-economic status of the relevant insurance industry. This allows us to construct the matrix of the corresponding values of these indicators. At the second stage, there should be a normalization of the system, which involves the transformation of these values into a comparative view. At the third stage, the priority of the indicators is determined on the basis of the analysis of expert assessments. At this stage, a matrix of expert assessments can be constructed and a vector of weight coefficients is formed. At the fourth stage, the normalized values of the indicators are weighted to the corresponding values of weight coefficients. At the fifth stage, by the integral assessment, we determine the most significant indicators of the impact on the development of health insurance.

In order to improve personal insurance in Ukraine, it is first necessary to improve insurance services and increase trust among clients. To achieve the result, insurance companies need to present their activities in the insurance

industry, and with the help of regular customers to promote its reliability among consumers.

Also, in case of life insurance, certain changes need to be introduced, namely, to maintain the current norm regarding the taxation of life insurance, that is, the receipt of insurance payments under long-term contracts, insurance – not to tax.

In the case of long-term suspension of a long-term life insurance contract during the first 10 years of its operation, which is not related to the death of the insured person, gross revenues received by the insurer under such insurance contracts for the entire period of their validity are subject to taxation at the rate of 6 percent on the results of the tax period, in the period of which was the suspension of the life insurance contract.

It is necessary to introduce into the legislation the concept of a long-term life insurance contract, which may include the risks of survival, death, accident or illness of the insured person, and also provides for regular consecutive insurance payments consisting of two periods: waiting (more than 10 years) and period of benefits.

Medical insurance in Ukraine is only developing and does not have a high demand among the population. Therefore, in order to improve its development, it is necessary to introduce such measures as improving the legislative field in the field of health insurance. This is one of the top priorities.

The expansion of health insurance services should cover all areas of medical activity: disease treatment, prevention, sanatorium and resort treatment; increase of the insurance culture of the population in the sphere of provision of medical services, by introducing effective control over their implementation; expanding the system of training health insurance professionals who must have basic knowledge of marketing, management and finance [4, p. 22-23].

Improvement of health insurance should also include organizational aspects, namely, a thorough study of the capabilities of its competitors, possessing similar licenses for insurance activities, and accelerate the improvement of the quality of their services. Focus is on unemployment problems, which leads to an increase in the employer's insurance needs in this case.

It is also important to take concrete actions to increase the level of real average wages of workers, which will give new opportunities to intensify the involvement of the population in life insurance, accident insurance, medical insurance, etc. At the same time, wage growth leads to a rise in labour costs involved in insurance.

A significant reduction in the level of inflation will strengthen the confidence of insurers in the reality of damages. However, special attention should be paid to the consideration in the rules and contracts of insurance of the possibility to adjust the sum insured and the amount of payments in connection with the deviation of the real value of the insured property under the influence of inflation (deflation) of the currency.

3. Modelling of health insurance financing system

The introduction of compulsory medical insurance is a form of social protection of citizens in the conditions of transition of the country's economy to

market relations and is intended to provide affordable and free medical assistance of the guaranteed amount and quality at the rational use of available healthcare resources. On the one hand, it is connected with other types of social insurance – insurance against loss of income in the case of temporary disability, insurance against accidents at work, etc. On the other hand, it differs from other types of social insurance by the degree of coverage of the population. One of the peculiarities of OMS is that social assistance is provided not in cash but in the natural one.

The current state of healthcare in Ukraine is extremely unsatisfactory, primarily because of insufficient funding for its effective functioning. The transition to compulsory health insurance, which will serve as an additional source of financing for the industry and will allow improving the quality of medical services, plays a decisive role in reforming the medical care system of Ukraine. However, in the process of introducing this type of insurance, Ukraine may face the problems of its functioning, without which it is impossible to achieve the effectiveness of compulsory health insurance in the provision of medical services.

Today, Ukraine is actively preparing for the introduction of compulsory health insurance: since 2000 only 22 laws on compulsory health insurance have been prepared, but no one has found support in parliament that is related to the inability to divide control over financial funds that will be formed when introducing compulsory health insurance [8].

Currently, two possible models for the introduction of compulsory health insurance are considered: through a single insurance fund with compulsory health insurance, or several insurance companies that will provide the relevant services.

Each of these models has its advantages and disadvantages. Thus, the single fund involves state control, which is essentially quasi-insurance, that is, another fund of social insurance will be formed within the competence of the Ministry of Social Policy. If this market is given to insurance companies, there will be competition, which on the one hand will stimulate insurance companies, and on the other will create such conditions when large companies control the market. Therefore, in such a case, there should be strict criteria for the selection of such insurers. For the introduction of compulsory health insurance through several insurance companies, it is necessary to clearly define what the medical service involves, to determine its structure and methodology for calculating its value and conditions.

The League of Insurance Organizations of Ukraine supports the introduction of a compulsory state social health insurance system with the participation of private insurance companies, as in developed countries, and the establishment of tax incentives for voluntary health insurance. This position is based on the fact that the presence of competition on the market is much more effective than the existence of a single monopoly institution in the market, even state-owned [1].

Choosing a compulsory medical insurance model is closely linked to choosing a payment method for medical services. Thus, in the world, there are four main ways of organizing payments in the healthcare system (Figure 1).

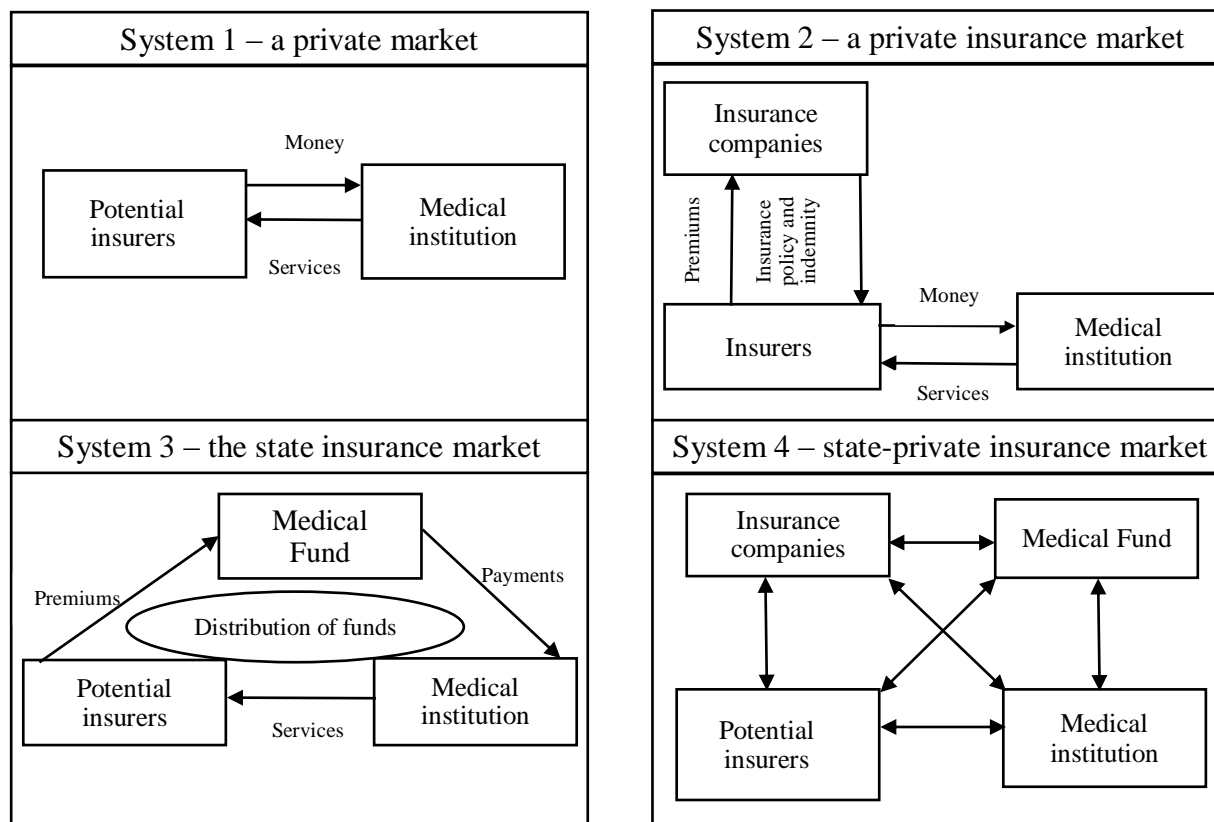


Fig. 1. Models of health insurance financing

Source: compiled by the author based on [12]

System 1 – a private market of medical services, where the consumer buys medical services directly from the supplier (medical institution). This system is still used in all countries for the purchase of over-the-counter medicines, as well as for certain specialized services (for example, regular dental and ophthalmologic services, as well as plastic surgery services), but this is unusual for most medical services in developed countries.

System 2 – reimbursement through the insurance market, in which consumers pay insurance premiums directly to the insurer in exchange for the right to receive reimbursement of healthcare costs from the insurer. This system is the most widespread option for supplementary health insurance in developed countries.

System 3 – provides for the functioning of the insurance market, where the buyer pays an insurance premium to the health insurance fund, which pays for contracts with suppliers. The key difference between these two systems is consumer incentives: System 2 prompts the consumer, not the insurance fund, to search for lower-cost healthcare providers and high-quality services, while System 3, on the contrary, does not stimulate the consumer but prompts the health insurance fund to negotiate price and quality with healthcare providers.

System 4 – is a healthcare payment system, in which the premium is collected from consumers (directly or indirectly) with the help of a sponsor, who then concludes contracts with health insurance funds, which, in turn, conclude contracts with medical institutions and pay for their services. In all developed

countries, it is anticipated that such a sponsor will be available on the market, while in a developing country such a sponsor may be a health insurance fund.

Until recently, the healthcare system remains one of the few unreformed spheres of Ukrainian life. At the same time, during the years of independence, it has changed significantly. Against the background of the lack of incentives and prerequisites for the effective work of both medical institutions and healthcare professionals, as well as corrupted at the levels of the Ministry of Health, departments and medical institutions, the system for years created its own, suitable for personal livelihoods system that is incompatible with further development. At the same time, these rules (one of which was the importance, but even the need to pay “gratitude” and bribes at all levels) reflect the balance, although ineffective and non-optimal. But as a result of the change in the existing rules of the system, there is a continuous criticism of various stakeholders: officials, physicians, and patients. At the same time, almost the only element of the discussed changes, about which there is almost complete unity and agreement – the introduction of compulsory health insurance:

- The population believes that its introduction will allow not to pay more bribes and gratitude;
- Medical workers are sure that they will receive a decent high salary;
- Chief doctors think that funding for medical institutions will increase;
- Politicians are confident that the financing of the system will also increase its effectiveness [12, p. 17].

But it should be understood that the introduction of compulsory health insurance is, in fact, a search for an additional source of funding for an existing ineffective healthcare system, rather than a change in the system itself. Infusion of funds into an inefficient system is inappropriate and simply means the continued money laundering.

The introduction of compulsory health insurance without creating the appropriate economic and political preconditions in society can be a set of problems; compulsory medical insurance cannot be introduced in Ukraine in a short period of time, taking into account the current state of health.

First of all, the process of introducing compulsory health insurance in Ukraine is rather problematic, primarily from the point of view of financing. The main source of insurance is insurance premiums, the main part of which is paid by the working population. The size of this contribution is projected in the range of 5-7% of wages. The introduction of compulsory health insurance will lead to an increase in payroll taxes and may lead to the widespread use of shadow wage schemes by employers and inhibition of wage growth [13].

A prerequisite for the functioning of compulsory state health insurance is the withdrawal of official wages from workers from the shadow, as a significant part of employers, along with official salaries, the amount of which is the minimum statutory minimum, also payment of an unofficial part of the wage, avoiding this way load on the payroll fund. Today, the shadow economy in Ukraine reaches 50% of GDP. If such a trend is maintained, then only compulsory health insurance will receive only minimum insurance premiums, which will not be

sufficient for its functioning. It should be noted that to ensure the proper functioning of the Unified Medical Fund, “in the shadow” cannot be more than 20% of wages [3].

In addition, the important issue is the size of the contributions paid to the fund and the availability of benefits for people with low incomes. Taking into account different levels of wages, Ukraine should apply a differential approach to determining the amount of contributions, providing benefits to socially vulnerable categories of people and low-income people.

In addition to financial, there are also legal problems. Thus, the Constitution of Ukraine declares the free of charge medical aid to the population in state and communal medical institutions; therefore, the question arises as to the contradiction in the introduction of compulsory medical insurance for this provision. According to the decision of the Constitutional Court of Ukraine, the collection of compulsory insurance payments from citizens will not be in line with the constitutional prescription for the free of medical care. However, it is possible to introduce a state health insurance in the event that the payers of compulsory insurance premiums will be business entities, and not insured individuals [13, p. 52-57].

From the scope of healthcare, there are also problems that must be resolved before the introduction of compulsory health insurance, in particular:

- Lack of mechanisms for effective management of the medical sector;
- Lack of adequate remuneration for doctors’ work in the form of salaries and bonuses;
- The inefficiency of expenses on health protection and absence of control.

Leading WHO experts in their studies pay attention to the fact that when forming an insurance model of financing the healthcare system of Ukraine, the following potential challenges may occur:

- The formation of a system of new framework restrictions on the availability of various types of medical care for certain groups (groups) of the population;
- Identification of additional prerequisites for planning complexity in the short and medium term, as well as long-term forecasting of financing;
- Lack of economic interest of medical workers in improving the health of patients;
- Lack of incentives for the effective use of financial resources (patients may be given unnecessary services);
- Lack of economic interconnection between different stages of medical care: primary, secondary, and tertiary level;
- The possibility of high costs of insurers and providers of medical services for the processing of data on services provided, the opacity of this mechanism [12].

Solving all these problems requires time, financial resources, and appropriate specialists. Therefore, the introduction of compulsory health insurance in Ukraine should precede a certain period of preparation, the solution of existing problems through the reform of the healthcare system.

Of course, the main role in solving the above problems is given to the state. An important issue remains the harmonization of policies aimed at developing a unified strategy for the introduction of health insurance. The state should ensure that legislation is in place to protect the interests of all actors in the health insurance market. Together with all the problems, Ukraine has many opportunities and prospects for the development of the health insurance system.

Conclusions. The features of voluntary health insurance are determined by its place in the system of social and economic guarantees of citizens and consist in the fact that voluntary health insurance is one of the forms of personal insurance and an important market component, which complements the system of compulsory national health insurance and social security.

Voluntary health insurance is based on the principle of insurance solidarity, the content of which consists in the fact that the insured person receives medical assistance in cases and volumes determined by the insurance contract in accordance with the insurance payment paid. Voluntary health insurance programs are chosen at the request of the insured and depend on their solvency.

Medical insurance in Ukraine is only developing and does not have a high demand among the population. Therefore, in order to improve its development, it is necessary to introduce such measures as improving the legislative field in the field of health insurance. This is one of the top priorities.

The expansion of health insurance services should cover all areas of medical activity: disease treatment, prevention, sanatorium and spa treatment; increase of the insurance culture of the population in the sphere of provision of medical services, by introducing effective control over their implementation; expanding the system of training health insurance professionals who must have basic knowledge of marketing, management, and finance.

Considering the possibility of introducing compulsory health insurance, we can conclude that in the first place, attention must be paid to financing. The proposed model for financing involves the functioning of the insurance market, where the insurer pays an insurance premium to the health insurance fund, which, in turn, pays for contracts with a medical institution. The key difference between private and public funding systems is the incentive for the consumer: the private system prompts the consumer rather than the insurance fund to search for lower-cost healthcare providers and high-quality services, while the state funding system, which, on the contrary, does not stimulate the consumer, but it prompts the health insurance fund to negotiate price and quality with medical facilities and reduce the number of shadow schemes.

References:

1. Assessment of Adult Literacy (NCES 2006–483) U.S. Department of Education. Washington, DC: National Center for Education Statistics. Lako, C., Rosenau, P., & Daw, C. (2011).
2. Всесоюзна організація охорони здоров'я <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2645390-vitrati-na-ohoronu-zdorova-zrostaui-svidse-niz-svitova-ekonomika-vooz.html>
3. Insurance TOP – Страховой рейтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.insurancetop.com>.

4. Fox, J., Bartholomae, S., & Lee, J. / Kaiser Health News. [Electronic resource]. – <http://www.kaiserhealthnews.org/daily-reports/2013/April/11/rwfj-report-employer-insurance.aspx>. Accessed April 15, 2013.
5. Hanoch, Y., & Rice, T. Choice, price competition and complexity in markets for health insurance. Journal of Economic Behavior And Organization, [Electronic resource]. – <http://www.griffithfoundation.org/health-insurance/>. Accessed October 10, 2012.
6. МедІнфо: Медичне страхування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://medinfo.dp.ua/050.htm>
7. Офіційний сайт Державного Служби Статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
8. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.kmu.gov.ua
9. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.minfin.gov.ua
10. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу: nfr.gov.ua
11. Пікус Р.В. Розвиток страхового ринку в умовах глобалізації / Р.В. Пікус // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка – 2011. – Вип. 126 – С. 15–18.
12. РОКЛДЦ ім. В. Поліщука: Страхова медицина [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rcmdc.com.ua/patsientam/strahova-meditsina.html>
13. Страховий ринок України: інформаційно-аналітичний щорічник.– К.: АЛТН, 2018. – 392 с.
14. The World Bank <https://www.5.ua/ekonomika/svitovyi-bank-dav-otsinku-reformam-v-ukraini-191172.html>

Гбур З.В.

*доктор наук із державного управління,
професор управління охорони здоров'я
Національної медичної академії
післядипломної освіти імені П.Л. Шупика,
головний спеціаліст
Департаменту фінансів
промисловості Міністерства фінансів України (м. Київ)*

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ, ЩО ФІНАНСУЮТЬСЯ ЗА КОШТИ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Анотація

У статті систематизовано ключові проблеми державного управління інвестиційними проектами, що фінансуються міжнародними фінансовими організаціями. Доведено, що за час співпраці України з МФО деякі проблеми державного управління характеризувалися поглибленням та набули системного характеру, спостерігався їх прояв із часу налагодження співпраці до сучасного етапу. Виділено ключові проблеми: недотримання зобов'язань з боку України; неузгодженість дій органів влади у питаннях

організаційного забезпечення позик; непрозорість роботи з коштами міжнародних фінансових організацій, непрофесіоналізм, відсутність кваліфікованого персоналу; відсутність системи середньострокового прогнозування та планування; неповне освоєння ресурсів значної частини проектів та суттєве порушення графіків реалізації; обмежені технічні можливості України та недостатній розвиток електронного урядування; повільний розвиток інституційної бази, необхідної для підтримки проектів. Серед найбільш актуальних проблем на сучасному етапі виділено: недосконалі процедури залучення МТД; невідповідність проектів МТД стратегічним та програмним документам Уряду; наявність систематичних затримок у процесі погодження плану закупівель бенефіціаром; недосконалий механізм моніторингу проектів МТД; старі формати для звітування бенефіціарами та реципієнтами про результати моніторингу. У статті йдеться про значне зростання співпраці України з МФО, про що свідчить суттєве збільшення фінансування грантів, а також залучення кредитних ресурсів. Реалізація таких проектів (транспорт, енергетика, дорожнє будівництво) нині почалось у промисловому секторі. Проте це все ще потребує зосередження ресурсів на модернізації та розвитку високотехнологічних підприємств з акцентом на заміну імпортованих товарів на національні товари. Незважаючи на значні обсяги ресурсів, що виділяються Світовим банком на фінансування проектів розвитку в Україні, є проблеми в їхньому розвитку, частота вибірки є дуже низькою.

Вступ. Активізація співпраці України та ЄС, що сприяє поступовій інтеграції та розширенню співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями (далі – МФО), поступове впровадження реформ у різних галузях економіки забезпечують суттєве збільшення кількості інвестиційних проектів. За даними Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, кількість проектів за рахунок фінансування МФО у 2018 році становила 137 одиниць загальним обсягом 3,3 млрд. дол. США [4], що були спрямовані на реалізацію проектів в аграрному, банківському, фінансовому секторах, фінансували відновлення Донбасу, були спрямовані на фінансування програм енергоефективності та енергетики, МСП та промисловості. Починаючи з 2014 року, рівень державного управління суттєво покращився, зокрема було виконано стратегічні завдання, проте безліч проблемних питань залишаються актуальними завданнями та потребують вирішення.

Проблематика фінансування проектів за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій є актуальною та досліджена у працях таких учених, як Я.Б. Базилюк [1], Ю.М. Галіцейська [2], О.Я. Доліновська [3], Т.В. Кожухова [6], В.П. Колосова [7–8], І.М. Іванова [8], О.В. Нагорна [9], В.П. Плаксун [9], О.М. Непомнящий [10], Ю.Г. Прав [10], М.В. Савостьяненко [15], О.О. Сльозко [17]. Авторами частково визначено окремі проблемні питання управління та ефективності використання коштів МФО під час реалізації проектів. О. Карапетян [5], Л.О. Першко [13],

М.О. Мироненко [13], К.О. Рибальченко [14] частково висвітлюють проблематику управління коштами МФО. Проте відсутня чітка систематизація сучасного стану та проблем державного управління інвестиційними проектами, що фінансуються МФО.

Мета статті полягає у систематизації ключових проблемних питань у сфері державного управління інвестиційними проектами, що фінансуються міжнародними фінансовими організаціями.

1. Основні міжнародні фінансові інститути та їх співпраця з Україною

Метою залучення коштів МФО для фінансування інвестиційних проектів є мінімізація фінансових ризиків проектів, досягнення фінансового завершення проектів в різних секторах економіки. Міжнародні фінансові організації виступають найкрупнішими стабільними партнерами, їхня участь у фінансуванні надає інфраструктурним проектам більшу надійність реалізації завдяки більш ефективному рівню управління та відповідальності, зменшує ризики фінансування для інших кредиторів та інвесторів.

Стратегія євроінтеграції сприяла налагодженню співпраці України з європейськими фінансовими інституціями. До структури ЄС відносяться: Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР), який входить до системи провідних міжнародних фінансових установ із найвищим кредитним рейтингом – AAA; Європейський центральний банк (ЄЦБ), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), Європейський інвестиційний фонд. За інформацією Міністерства фінансів України, станом на 1 січня 2014 р. портфель ЄБРР у нашій державі налічував 337 проектів із загальним обсягом фінансування 8,7 млрд. євро. Галузева структура кредитного портфеля проектів ЄБРР у державному секторі економіки була такою: 50% – на фінансування проектів розвитку транспортної інфраструктури, 39% – на підтримку проектів в енергетичній сфері, 8% – у фінансовій сфері, 2% – на зв'язок, 1% – на розвиток муніципалітетів [16, с. 74; 8, с. 37–38]. Кошти МФО надходять в Україну у формі грантів та позик (кредитів). При цьому кожна міжнародна фінансова організація застосовує в Україні власні механізми фінансування та різні умови надання коштів залежно від цілей проектів, статусу країни, ступеня ризику та інших обставин [15].

У групі Світового банку найбільшу роль у фінансуванні інфраструктурних проектів відіграють такі організації:

- Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР) – надає фінансову допомогу урядам країн на розвиток внутрішньої інфраструктури. Водночас ця організація закликає до посилення позицій приватного сектору в цій галузі. Під час участі у проектах також може взяти на себе деякі проектні ризики. Цей банк включає в свою структуру численні регіональні банки розвитку, а саме:

- Європейський банк реконструкції і розвитку, Азійський Банк розвитку та інші;

- Міжнародна фінансова корпорація (МФК) – надає підтримку приватному сектору у разі відсутності гарантій приймаючої країни;

– Міжнародна агенція інвестиційних гарантій – ця організація надає захист прямим іноземним інвестиціям у тих країнах, що розвиваються, від настання та дії ризиків політичного та валютного характеру [9].

Основними міжнародними фінансовими інститутами, з якими співпрацює Україна нині, є: Європейське Співтовариство, Європейський банк реконструкції та розвитку, Європейський Інвестиційний Банк, Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Міжнародний Валютний Фонд, Фонд чистих технологій (МБРТ) та Європейське співтовариство з атомної енергії. Крім цього, фінансування забезпечується такими іноземними комерційними банками та іноземними фінансовими установами: CENTRAL STORAGE SAFETY PROJECT TRUST, Citibank, N.A., Deutsche Bank AG, Deutsche Bank AG London, UniCredit Bank Austria AG, Державний банк розвитку КНР, Експортно-імпорتنний банк Китаю та Експортно-імпорتنний банк Кореї.

Для прикладу, за даними Світового банку, розмір гарантії на підтримку державної політики розміром 750 млн. дол. США був наданий Світовим банком у 2017 році [11], а починаючи з травня 2014 року Світовий банк надав Україні загалом 5,5 млрд. дол. США (включаючи кошти, виділені в межах чотирьох позик на політику розвитку, та сім інвестиційних операцій), а також гарантію оплати газу розміром 500 млн. дол. США. Інвестиційні проекти Світового банку підтримують надання основних державних послуг, які безпосередньо забезпечують вигоди для населення України шляхом покращення систем водопостачання, водовідведення, опалення, дорожньої галузі, забезпечуючи соціальний захист та охорону здоров'я, а також сприяючи розвитку приватного сектора.

2. Структура та обсяги фінансування інвестиційних проектів в Україні в динаміці

У табл. 1 відображено динаміку та структуру коштів за формами фінансування інвестиційних проектів в Україні за кошти МФО.

Таблиця 1

Динаміка та структура коштів за формами фінансування інвестиційних проектів в Україні МФО у 1999–2018 роках

Періоди	Обсяг фінансування, тис. євро		Всього, тис. євро	Питома вага, %	
	Позики	Грант		Позики	Грант
1999-2006	0,00	157,17	157,17	0,00	100,00
2007-2009	500,00	182,90	682,90	73,22	26,78
2010-2014	4698,47	573,11	5271,58	89,13	10,87
2016-2018	440,00	4424,07	4864,07	9,05	90,95
Всього	5638,47	5337,25	10975,72	51,37	48,63

Джерело: розраховано автором на основі [18]

Можна відмітити, що неефективність державного управління у 1999–2006 роках та численні проблеми у сфері управління коштами МФО спричиняли недовикористання потенціалу фінансування проектів в Україні. При цьому у структурі у 1999–2006 роках переважали гранти за незначного обсягу фінансування, у 2007–2009 роках – позики, у 2010–2014 роках позики, тоді як у 2016–2018 роках – гранти. Така структура зумовлена економічним спадом або зростанням та цільовим напрямком фінансування проектів.

У табл. 2 відображено кількість та вартість проектів МТД в Україні у 2018 році у порівнянні до 2017 року.

Таблиця 2

**Кількість та вартість проектів МТД в Україні
у 2018 році у порівнянні до 2017 року**

Донор	Кількість проектів протягом 2018	Кількість проектів протягом 2017	Різниця кількості проектів у 2018 до 2017	Кошторисна вартість проектів 2018 (тис. дол. США)	Кошторисна вартість проектів 2017 (тис. дол. США)	Різниця кошторисної вартості проектів у 2018 до 2017
1	2	3	4	5	6	7
ЧФ «Укриття»	8	8	0	2 412 944	2 386 720	26 224
Великобританія	7	2	5	13 310	874	12 436
ГЕФ	4	3	1	19 785	15 894	3 891
Данія	3	2	1	9 287	6 008	3 279
ЄБРР	44	52	-8	759 665	578 266	181 400
ЄІБ	4	4	0	14 161	8 915	5 245
ЄС	235	175	60	522 265	373 506	148 760
Канада	18	19	-1	152 250	160 052	-7 803
МАГАТЕ		2	-2		813	-813
МБРР	7	7	0	13 325	11 869	1 456
НАТО	4	7	-3	967	6 373	-5 407
НЕФКО	14	2	12	7 346	732	6 614
Нідерланди	1	1	0	3 402	3 402	0
Німеччина	39	26	13	386 884	212 382	174 501
Норвегія	15	9	6	19 513	5 552	13 961
ОБСЄ	30	31	-1	21 250	25 095	-3 845
ООН	21	12	9	53 879	2 667	51 212
Польща	2	1	1	1 393	1 021	373

1	2	3	4	5	6	7
Рада Європи	1	2	-1	854	5 309	-4 455
США	124	116	8	2 031 569	1 536 782	494 787
Туреччина	4	2	2	1 124	607	517
Фінляндія	1		1	7 318		7 318
Швейцарія	11	7	4	88 965	72 338	16 628
Швеція	11	9	2	34 987	40 899	-5 912
Японія	8	8	0	21 908	23 287	-1 379
Всього * без ЧФУ	608	499	109	4 185 407	3 092 643	1 092 764

Джерело: [4]

Як видно із таблиці нижче, у 2018 році в порівнянні з 2017 роком міжнародна технічна допомога збільшилась на 109 проектів та відповідно на майже 1 мільярд доларів США. Зокрема, у 2018 суттєво збільшилась кількість проектів ЄС – на 60 проектів, НЕФКО – на 12, Німеччина – на 13 та ООН – на 9. Проаналізувавши динаміку залучення МТД, видно, що у 2018 році у порівнянні з іншими зареєстровано найбільшу кількість проектів МТД, у тому числі і в порівнянні до 2014 року, коли допомога донорів була дуже великою. Зокрема, у 2018 році зареєстровано нових 293 проекти, а в 2014 році – на 88 проектів менше.

На рис. 1 відображено динаміку залучення МТД (кількість нових зареєстрованих проектів МТД за рік) в Україні у 2012–2018 роках.

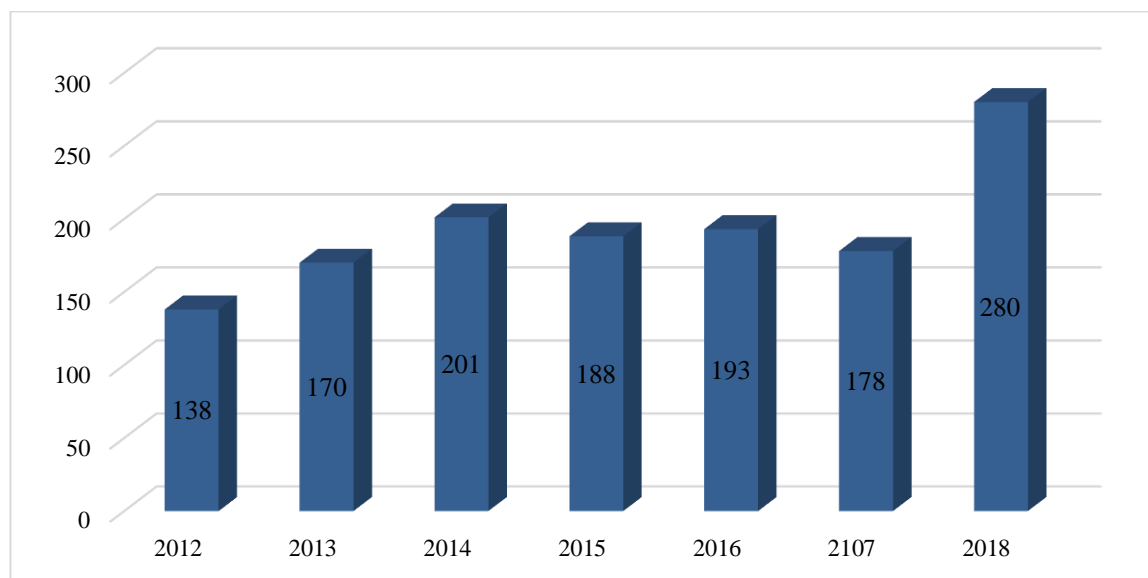


Рис. 1. Динаміка залучення МТД (кількість нових зареєстрованих проектів МТД за рік) в Україні у 2012–2018 роках, одиниць

Джерело: [4]

Таке збільшення кількості проектів пов'язане не тільки із збільшенням міжнародної допомоги, яка надається Україні, але із системною роботою

Мінекономрозвитку як координатора міжнародної технічної допомоги стосовно забезпечення реєстрації всіх проектів та прозорості отриманої допомоги.

Таблиця 3

Обсяги фінансування інвестиційних проектів за секторами в Україні у 2018 році за рахунок коштів МФО

Сектор	Сума, тис дол. США	Кількість проектів	%
Національна безпека та оборона	1 179 558	55	28
Ядерна безпека	819 114	48	20
Урядування та громадянське суспільство	509 830	103	12
Відновлення Донбасу та ВПО	356 741	34	9
Регіональний розвиток	334 740	59	8
Енергетика та енергоефективність	262 009	73	6
Охорона здоров'я	137 025	29	3
Освіта і наука	120 759	81	3
Економічний розвиток і торгівля	95 946	21	2
Аграрний	92 423	16	2
Банківський та фінансовий	74 911	17	2
Навколишнє середовище	66 291	30	2
Промисловість та МСП	52 904	16	1
Соціальна інфраструктура і та послуги	38 308	7	1
Транспорт та інфраструктура	28 792	15	1
Комунікації та ІКТ	16 054	4	0
Загалом	4 185 407	608	100

Джерело: [4]

У розрізі секторів найбільше проектів (103 проекти) реалізовувались у секторі «Урядування та громадянське суспільство» та (81 проект) «Освіта та наука». Досить багато проектів спрямовані на енергетику та енергоефективність (73 проекти), а також регіональний розвиток (59 проектів).

За даними посольств та представництв донорів, очікуваний обсяг ресурсів МТД, які планується надати Україні у 2019 році, становить приблизно 615,8 млн. дол. США.

3. Актуальні проблемні питання інвестування

Нині пріоритетними проблемами залишаються такі:

- недосконалі процедури залучення МТД відповідно до пріоритетів, визначених у загальнодержавних, галузевих та регіональних документах;
- невідповідність проектів МТД стратегічним та програмним документам Уряду;

- наявність систематичних затримок у процесі погодження плану закупівель бенефіціаром;
- недосконалий механізм моніторингу проектів МТД, зокрема, надання виконавцями проектів щорічного звіту про стан реалізації проектів (на прикладі домовленостей з ЄС);
- старі формати для звітування бенефіціарами та реципієнтами про результати моніторингу.

Окремим проблемним питанням залишається недосконалий механізм обміну інформацією між державними органами в сфері кадрового планування, підбору персоналу, кадрової статистики, структури зайнятості, підвищення кваліфікації, розвитку державних службовців. Потребує зміцнення бюджетне планування, виконання інтегрованої середньострокової фінансової функції прогнозування; підвищення потенціалу для оцінки податкових затрат і адміністрування податкових розривів. Окремою проблемою є надання консультаційних послуг у контексті проведення закупівель й управління інвестиційними проектами МБРР.

Грантові проекти МФО характеризуються такими проблемами, як низький рівень зацікавленості кандидатів на посади консультантів проектів, недостатні терміни проведення процедур подачі документів і відбору потенційних постачальників та необхідність продовження таких термінів, у тому числі продовження терміну проведення закупівлі програмного забезпечення на вимоги потенційних учасників. Останнє зумовлювало зміщення планових строків закупівлі та впровадження інформаційних систем (для прикладу, Інформаційної системи управління людськими ресурсами – HRMIS).

Успішній реалізації проектів також заважають: недостатній досвід учасників у співпраці зі Світовим банком; відсутність товарів, робіт та послуг спричинила відміну торгів у 2018 році; кількаразове оголошення закупівель; суттєві затрати часу на підписання договорів на закупівлю товарів, робіт і послуг за проектами.

Загалом співробітництво Світового банку та України відбувається у вигляді таких форм: технічне консультування, фінансування розвитку регіонів країни та приватного сектору економіки, впровадження нових механізмів надання підтримки зі стратегічних питань розвитку економіки та інвестиційного менеджменту [2, с. 29]. У довгостроковому періоді акцент співробітництва зі Світовим банком має бути перенесено з кредитної підтримки на надання інноваційних, консультаційних та фінансових послуг, спрямованих на підтримку розвитку найважливіших державних та ринкових інститутів і впровадження засад інвестиційного фінансування.

М.В. Савостьяненко (2008) відзначає неефективність реалізації інвестиційних проектів через порушення графіків реалізації проектів, анулювання частини позик. Незадовільний стан реалізації проектів МБРР та ЄБРР у період до 2008 років в Україні був зумовлений існуванням проблем системного характеру, головними серед яких автор виділив: неналежний рівень обґрунтування ініціювання й планування проектів; ризикова та

диспропорційна структура проектного портфеля МБРР; складні та довготривалі процедури МФО щодо набуття чинності угод про позики та зміни до них; відсутність повної відповідальності виконавців та бенефіціарів в Україні за несвоєчасне та неякісне впровадження проектів; недосконалі механізми управління такими проектами. Численні недоліки на підготовчих етапах та під час реалізації проектів приводили до втрати кредитного ресурсу для їх фінансування [15]. Нині можна відзначити, що значна частина проблем була усунена, зокрема суттєво спрощені процедури щодо фінансування та реалізації проектів, зросла якість реалізації завдяки впровадженню сервісу електронних закупівель «ПроЗорро», було вдосконалено механізм управління. Та все ж у зв'язку з децентралізацією влади виникають нові проблеми на місцевому рівні управління, що насамперед зумовлені нестачею кваліфікованих кадрів управління та персоналу, а як наслідок, саме це виступає головною причиною інших проблем: тривалих процедур, недосконалого механізму моніторингу та реалізації проектів.

О. Карапетян (2009) відзначає, що основними причинами неефективного використання запозичених у МФО коштів, були: недосконала нормативно-правова база, яка регулювала бюджетно-процедурні аспекти запозичень у МФО; слабка адміністративна система, яка має прояв у відсутності реальної відповідальності за несвоєчасність та неналежність впровадження проектів, низька якість процедур ініціювання й планування проектів; недосконалі механізми управління проектами через низький рівень кваліфікації співробітників груп управління проектами. Внаслідок відсутності належної координації дій цих органів втрачається системність контролю за процесом підготовки та реалізації проектів на всіх етапах [5]. Незастосування професійних систем управління проектами, відсутність підготовленого персоналу, недосконалість механізмів формування груп управління проектами, відсутність законодавчо встановленої відповідальності за виконання обов'язків членів груп управління проектами, на нашу думку, продовжують залишатися одними з головних проблем державного управління й нині.

Я.Б. Базиліук (2014) вказує, що насамперед проблеми стосуються проектів із підвищення енергоефективності й поліпшення транспортно-експлуатаційного стану доріг [1]. Такий стан, на нашу думку, зумовлений підвищеним рівнем складності та термінів тривалості таких проектів, які потребують ретельного планування та прогнозування. Разом із тим, суттєвим нереалізованим потенціалом характеризуються ті інвестиційні проекти, які фінансуються з метою розбудови внутрішнього ринку, забезпечення імпортозаміщення, розвитку високотехнологічних перспективних секторів.

В.П. Колосова, І.М. Іванова (2014) у своєму дослідженні відмічали, що проблеми розвитку та підтримки промислового виробництва в Україні не виступали предметом обговорення з МФО щодо відповідного фінансування. Проте, на нашу думку, у 2016–2018 роках відбулася суттєва активізація розвитку співробітництва з МФО, про що свідчить суттєвий ріст

фінансування на основі грантів, а крім залучення кредитних ресурсів у сектори економіки, які вже мають позитивний досвід реалізації подібних проектів (транспорт, енергетика, будівництво доріг) нині розпочато впровадження проектів в промисловому секторі економіки. Проте все ж потребує зосередження ресурсів на модернізації й розвитку високо-технологічних підприємств з орієнтацією на заміщення імпортованих товарів на товари національного виробництва [8].

Погоджуємося з думкою В.П. Колосова [7], що планування видатків та реалізація інвестиційних проектів, що фінансуються за рахунок коштів міжнародних фінансових інституцій, перебувають у стадії становлення. Водночас на сучасному етапі не набули належного застосування принципи та критерії відбору проблем для формування програм, що приводить до прийняття програм, котрі спрямовані на реалізацію поточних, а не стратегічних завдань, дублюючи одна одну, характеризуючись необґрунтованими строками виконання та нечіткістю сформульованих результатів реалізації, тобто не відповідають суті програмно-цільового методу. Тому доцільно продовжити практику ухвалення державних програм соціального та економічного розвитку країни на відповідний рік, розпочату з 2010 р., які визначають пріоритети соціально-економічного розвитку держави і завдання, що мають бути розв'язані найближчими роками. Це сприятиме покращенню планування видатків за програмно-цільовим методом і підвищенню ефективності використання бюджетних коштів.

О.М. Непомнящий, Ю.Г. Прав (2016) зазначають, що найбільші проблеми мають місце в реалізації проектів, де кінцевими бенефіціарами є муніципалітети/комунальні підприємства, а координаторами виступають центральні органи виконавчої влади, зокрема низька інституційна спроможність бенефіціарів; низька якість підготовки проектів; довготривалий відбір учасників проектів; різні вимоги до структурування і реалізації проектів у різних МФО; невідповідність мети проектів політиці Міністерства фінансів України [10].

Загалом, досліджуючи ефективність використання кредитів Світового банку в Україні, науковці визначають цілу низку проблем державного управління. Так, О.Я. Доліновська стверджує про «недотримання Україною зобов'язань у межах надання позик, невиконання вимог щодо співфінансування, затягування періоду ратифікації кредитних угод, неузгодженість дій органів влади у питаннях організаційного забезпечення позик тощо» [3]. О.О. Сльозко, розглядаючи проблеми з проведенням фінансування, до недоліків відносить «непрозорість роботи з коштами міжнародних фінансових організацій, повільність, непрофесіоналізм» з української сторони [17, с. 70]. Ці проблеми є ключовими, тривалими, системними, взаємопов'язаними та простежуються з початку співпраці України з МФО. Експерти Національного інституту стратегічних досліджень при Президенті України вказують на основні проблеми співробітництва з МБРР, як «непрозорість системи відбору проектів... та відсутність реальної оцінки ефективності реалізації проектів (під час

підготовки техніко-економічного обґрунтування оцінка робиться лише з погляду ефективності використання коштів МБРР, а реальний соціально-економічний ефект не оцінюється)» [19], що приводить до неможливості здійснення вибору найбільш ефективного шляху реалізації таких проектів. Попри значні обсяги виділених Світовим банком ресурсів на фінансування проектів розвитку, в Україні є проблеми в їх освоєнні, вибірка коштів є дуже низькою. За даними Світового банку, Україна завершила 2014 рік із найвищим показником вибірки коштів, який сягнув рівня 31,6% [12]. К.О. Рибальченко, говорячи про неповне освоєння ресурсів, характерне для більшості проектів, та суттєве порушення графіків реалізації, зазначає, що «затримки в реалізації проектів та анулювання позик не тільки приводять до суттєвих додаткових фінансових втрат державного бюджету, але й зумовлюють утрату актуальності» [14, с. 17]. До чинників, які можуть впливати на затримки реалізації проектів, Л.О. Першко, М.О. Мироненко відносять «обмежені технічні можливості сторін; відсутність адекватної інституційної бази, необхідної для підтримки проектів; зміни у почутті причетності до проектів працівників органів влади, зумовлені їхньою ротацією; конфлікт інтересів осіб і груп, пов'язаних із виконанням проектів» [13, с. 339]. Отже, вищезазначені проблеми зумовлюють негативний вплив на ефективність допомоги МФО в реалізації економічних реформ України [6, с. 19]. Вирішення визначених проблем характеризується повільними темпами впровадження заходів з їх подолання, а активізація співпраці з МФО у 2016–2018 роках та інтеграція України до європейського простору лише зумовлює їх поглиблення.

Висновки. Аналіз проблем державного управління інвестиційними проектами, що фінансуються міжнародними фінансовими організаціями, вказує на повільний характер їх вирішення. Загалом за час співпраці України з МФО деякі проблеми державного управління характеризувалися поглибленням та набули системного характеру. Серед ключових проблем варто виділити: недотримання зобов'язань та невиконання вимог у контексті співфінансування з боку України, затягування періоду ратифікації кредитних угод; неузгодженість дій органів влади у питаннях організаційного забезпечення позик; непрозорість роботи з коштами міжнародних фінансових організацій, повільність, непрофесіоналізм, відсутність кваліфікованого персоналу; відсутність системи середньострокового прогнозування та планування; неповне освоєння ресурсів значної частини проектів та суттєве порушення графіків реалізації; обмежені технічні можливості України та недостатній розвиток електронного урядування; повільний розвиток інституційної бази, необхідної для підтримки проектів. Серед найбільш актуальних проблем на сучасному етапі варто виділити: недосконалі процедури залучення МТД; невідповідність проектів МТД стратегічним та програмним документам Уряду; наявність систематичних затримок у процесі погодження плану закупівель бенефіціаром; недосконалий механізм моніторингу проектів МТД; старі формати для звітування бенефіціарами та реципієнтами про результати моніторингу.

Список використаних джерел:

1. Базилук Я.Б. Пріоритетні напрями підвищення результативності співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями / Я. Б. Базилук // Фінанси України. Випуск 1. 2014. С. 54–66.
2. Галіцейська Ю.М. Співробітництво України зі Світовим банком / Ю.М. Галіцейська // Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 8. 2015. С. 24–29.
3. Доліновська О.Я. Співробітництво Світового банку та України / О.Я. Доліновська. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59194/10-Dolinovska.pdf?sequence=1>
4. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за результатами проведеного Мінекономрозвитку моніторингу проектів у 2018 році. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=df3cf74d-8f6d-44a6-9a9b-e3f154886de1&tag=InformatsiinodovidkoviMateriali>
5. Карапетян О. Управління позиками міжнародних фінансових організацій / О. Карапетян // Світ фінансів. Випуск 1 (18). 2009. С. 80–89.
6. Кожухова Т.В. Фінансування Світовим банком проектів розвитку в Україні / Т.В. Кожухова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Випуск 6. 2016. С. 17–20.
7. Колосова В.П. Планування видатків державного бюджету для реалізації інвестиційних програм, що кредитуються міжнародними інституціями / В.П. Колосова // Фінанси України. Випуск 2. 2015. С. 27–38.
8. Колосова В.П. Співробітництво України з міжнародними фінансовими організаціями: сучасний стан та перспективи розширення / В.П. Колосова, І.М. Іванова // Фінанси України. 2014. Випуск 11. С. 33–47.
9. Нагорна О.В. Особливості фінансування інфраструктурних проектів в Україні: теорія та практика / О. В. Нагорна, В. П. Плаксун // Молодий вчений. – Випуск 12 (39). 2016 р. С. 796–801.
10. Непомнящий О.М. Аналіз сучасного стану фінансування міжнародними організаціями інвестиційних проектів в Україні / О.М. Непомнящий, Ю.Г. Прав // Інвестиції: практика та досвід. Випуск 19. 2016. с. 72–76.
11. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://www.worldbank.org/uk/news/press-release/2019/02/08/continuing-reform-momentum-key-to-accelerating-growth-says-world-bank-regional-vice-president-in-visit-to-ukraine>
12. Партнерство Світовий банк – Україна: огляд програм в країні. URL: <http://www.worldbank.org/>.
13. Першко Л.О. Світовий банк та Україна: проблеми і перспективи взаємодії / Л.О. Першко, М.О. Мироненко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2012. Випуск 1. С. 337–344.
14. Рибальченко К.О. Механізм підвищення ефективності співпраці України зі Світовим банком в умовах глобалізації : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / К.О. Рибальченко. Київ, 2011. 21 с., С. 17.
15. Савостьяненко М.В. Інвестиційні проекти Міжнародних фінансових організацій в Україні / М.В. Савостьяненко // Наукові праці НДФІ. Випуск 1 (42). 2008. С. 128–137.
16. Скоробогатова Н.Є. Удосконалення механізму фінансового співробітництва між Україною та ЄС / Н.Є. Скоробогатова, Н.М. Балева // Економіка та держава. 2016. Випуск 12. С. 72–77.
17. Сльозко О.О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів МБПР та ЄБПР в Україні / О.О. Сльозко // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання МНУ імені В.А. Сухомлинського. 2015. Випуск 7. С. 66–71.

18. Список проектів, що фінансуються за кошти МФО. Офіційний портал координації міжнародної допомоги України. URL: <http://openaid.gov.ua/uk/projects>

19. Щодо вдосконалення роботи України з МВФ – МБРР : Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України / URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1601/>.

Кононова О.Є.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, економіки
і управління персоналом підприємства
Придніпровської державної академії
будівництва та архітектури*

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ В ЕКОНОМІЧНІЙ НАУКОВІЙ ДУМЦІ

Анотація

Динамічні, несхематичні процеси, що відбуваються в галузях сучасної економіки призводять до непередбачуваних умов розвитку, особливо в довгостроковій перспективі. Вивчення статистики оцінки достовірності позитивних, негативних зовнішніх та внутрішніх прогнозів щодо розвитку різних економічних систем (підприємств, галузей, економіки в цілому) може свідчити про те, що зміни відбуваються, і досить часто йдуть в розріз з напрямками, планами, окресленими фахівцями, науковцями. Вказане дозволяє стверджувати, що найбільш прийнятним в даній ситуації є не розробка та дотримання певних сталих стратегій, а формування, впровадження та реалізація таких стратегій, які б дозволяли гнучко реагувати на всі можливі фактори впливу. Для цього потрібне чітке, системне та комплексне бачення теоретичних, методологічних та практичних засад створення таких стратегій. При цьому, теоретична концептуалізація сутності поняття стратегії розвитку на рівні економічних систем є основою створення, впровадження та оцінки ефективності останніх.

Дослідження основних наукових підходів до трактування сутності поняття стратегії розвитку суб'єкта економічної системи дозволило виокремити та обґрунтувати його основні сутнісні ознаки, серед яких: стратегічне цілеутворення та встановлення механізму реалізації цілей в умовах змінюваного середовища; ознаку революційності; поділ факторів та умов середовища суб'єкта економічної системи за ознакою теорії SWOT-аналізу (сильні, слабкі сторони, можливості та загрози напрямки); ознаку штучності або природності (достовірності, об'єктивності, ґрунтовності) характеру стратегії розвитку; ознаку гнучкості стратегічного планування та управління; варіативність

способів, заходів щодо досягнення стратегічних цілей; певний комплекс правил щодо прийняття стратегічних рішень; процедура синергізму (об'єднання) всіх елементів стратегічного управління, як ознака стратегії розвитку суб'єкта економічної діяльності, що обумовлює забезпечення досягнення цільових орієнтирів.

Вступ. Розглянемо основні наукові підходи до визначення сутності поняття «стратегія розвитку» залежно від ключових класифікаційних ознак. В якості суб'єктів стратегічного розвитку буде використано рівень економічних систем на рівні галузі, в тому числі підприємств, як її структурних елементів на мікрорівні.

По-перше, досить розповсюдженим може вважатися підхід, який передбачає визначення сутності вказаного поняття через призму стратегічного цілеутворення та встановлення механізму реалізації цілей в умовах змінюваного середовища.

В рамках вказаного підходу слід відмітити трактування, представлене А. Дергоусовою [7, с. 96], яка на підставі оцінки наукових підходів деяких авторів (Б. Твісса [20], І. Ансоффа [1], І. Бланка [2], А. Градова [3], Д. Аакера [26], Р. Гремінгера [20], М. Портера [32], А. Пушкаря, Ю. Путятіна, О. Тридіда [20], Ф. Котлера [29], Ю. Лідовського, К. Мельникової, В. Носкова [4], М. Крука [12], В. Соловйова [19]) визначила формулювання сутності досліджуваного поняття, що, на її думку, узагальнює зміст їх визначень. А саме, за твердженням дослідниці, стратегія розвитку підприємницької установи є синтезованим поняттям, що складається із стратегічних альтернативних напрямків розвитку та функціональних стратегій управління, і представлена визначеним комплексом, що включає сфери, правила, норми, орієнтири, напрями, встановлені на довгострокову перспективу, і націлені на забезпечення високої конкурентоспроможності, підвищення ринкових позицій, спроможності виживати в певних ситуаціях. Відповідно, передбачено як стратегічні напрями, так і механізм їх реалізації в умовах змінюваного середовища. Достатньо дискусійним вважаємо підхід авторки до узагальнення трактувань сутності даного поняття, визначеного зазначеними авторами. А саме, основні положення вказаних трактувань полягають в наступному:

– відповідно до підходу І. Ансоффа [1], стратегія розвитку (або стратегія діяльності) є встановленням комплексу (набору) норм, стандартів, порядку, який застосовується в процесі прийняття управлінських рішень, які забезпечуватимуть досягнення цільових орієнтирів. В трактуванні Б. Твісса [20], В. Соловйова [19], Р. Гремінгера [20], І. Бланка [2], Д. Аакера [26], М. Крука [12], незважаючи на деякі відмінності у визначенні, більш спрощене формулювання сутності вказаного поняття, аналогічна картина трактування. Відповідно, погляди вказаних авторів достатньо високою мірою відповідають узагальнюючому підходу А. Дергоусової. Хоча, в даному випадку немає вказівки на те, що суб'єкт управління здійснює стратегічне управління в умовах та під впливом факторів, що змінюються.

Відсутність акценту на постійні зміни впливу факторів та умов функціонування, на нашу думку, дозволяє створювати стратегії на сталому, не достатньо гнучкому рівні, що в кінцевому випадку може призвести до низької ефективності, кризових явищ тощо;

– згідно із поглядами А. Градова [3], стратегія розвитку є комплексом прийомів, правил, що можуть забезпечити отримання економічного ефекту від впровадження встановлених стратегічних цілей. Отже, в трактуванні автора окреслено планові засади та заходи їх впровадження щодо забезпечення економічної ефективності реалізації стратегічних цілей суб'єкта. Немає орієнтиру на зміцнення ринкових, конкурентних позицій, акценту на врахування умов та факторів середовища, відзначеного А. Дергоусовою. У А. Градова формулювання вказаного поняття передбачає тільки забезпечення економічної ефективності від впровадження стратегії;

– у трактуванні М. Портера [32] визначається, що стратегія розвитку (ще має назву стратегії конкурентоспроможності) представляє собою планові орієнтири із досягнення певного конкурентного рівня. В зазначеному трактуванні, на наш погляд, передбачено лише стратегічне планування та прогнози в сфері конкурентоспроможності, не враховано необхідність визначення стратегічного організаційного механізму із досягнення цільових орієнтирів. І автор обмежується цільовими задачами в сфері конкурентних позицій, не вказуючи на економічну складову, фактори та умови розвитку, які впливають на можливі відмінності результату від цілі;

– в рамках підходу А. Пушкаря, Ю. Путятіна, О. Тридіда [20] визначено, що стратегія розвитку є способом, який забезпечує можливість організації реалізувати стратегічні інтереси під впливом та у взаємодії із зовнішніми, внутрішніми параметрами, компонентами, які знаходяться на різних стадіях свого становлення (життєвих циклах). Вказаний підхід заслуговує на підтримку, оскільки автори не обминають увагою важливість врахування зовнішніх та внутрішніх чинників, що вносять зміни у досягнення стратегічних інтересів (орієнтирів). При цьому, автори не зупиняються на переліку таких інтересів (орієнтирів), тобто не акцентують увагу, що це можуть бути, як економічні, так і ринкові та соціальні параметри тощо;

– при визначенні позицій Ф. Котлера [29] і акценті на тому, що він також є прихильником вказаного підходу, А. Дергоусова розкриває його підхід до класифікації стратегій розвитку, але не зупиняється на сутності досліджуваного поняття. Вивчаючи трактування Ф. Котлером [29; 30] сутності даного поняття, можемо констатувати, що він вважав стратегію розвитку стратегічною схемою заходів із досягнення завдань організації. В зазначеному трактуванні немає вказівки на характер завдань (підвищення економічних, ринкових результатів), не зазначено на те, що стратегічне управління слід будувати в умовах та під впливом факторів середовища;

– аналізуючи трактування, представлене Ю. Лідовським, К. Мельниковою, В. Носковим [4], можемо відмітити, що автори розглядали стратегію росту лише як позиціонування збільшення попиту на товари організації, не вказували на те, як ця стратегія може бути реалізована і не зосереджувались

на факторному впливу. Тобто, їх трактування, на нашу думку, тільки частково відповідає узагальненню А. Дергоусової, зважаючи на орієнтир стосовно зростання ринкових позицій.

Відповідно, на підставі аналізу поглядів зазначених авторів щодо визначення сутності поняття стратегії розвитку, можемо констатувати, що трактування А. Дергоусової [7, с. 96] є не узагальнюючим, а таким, що складається з певних елементів підходів вказаних авторів. Трактують авторки є комплексним, системним, враховує широкий масив задач, зокрема, як зазначено вище, цілеутворення, механізм досягнення цілей, необхідність врахування прогностичних змін, які можуть виникнути під впливом умов та факторів середовища.

По-друге, слід відмітити ознаку революційності, з точки зору якої визначається сутність поняття стратегії розвитку економічних систем різних категорій.

В контексті цього підходу потрібно відмітити твердження І. Денисюк [6, с. 114], яка також вказує, що більшість науковців дотримуються вказаних поглядів щодо трактування сутності зазначеного поняття, викладеного А. Дергоусовою [7, с. 96]. При цьому, в дослідженні І. Денисюк [6, с. 113], як і Г. Мінцебрга [31] здійснено справедливий акцент на тому, що будь-яка стратегія розвитку має революційний характер. Дослідники зазначають, що ті підприємства, які використовують стратегічне управління, здатні на впровадження революційних змін, а ті, які не мають стратегій розвитку, функціонують еволюційно. Еволюційний характер передбачає функціонування під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища без визначених стратегічних шляхів, способів опору, реагування на ці впливи. Вказівка на ознаку революційності є важливим аспектом концептуалізації сутності поняття стратегії розвитку економічних систем. На нашу думку, ознака революційності стратегії розвитку присутня лише у економічних суб'єктів, які не тільки декларують існування стратегічного розвитку, але і створюють, використовують в процесі досягнення стратегічних цілей організаційні, контрольні, оціночні методи, способи, засоби реалізації. Як справедливо відмічають дослідники [14; 16], декларування та невиконання навіть частки стратегічних завдань може призвести до суперечливих, непрогнозованих, загрозливих результатів. Серед найбільш поширених проблем, пов'язаних з декларуванням стратегії розвитку і недостатнім програмуванням організаційних заходів в будівельній галузі, за твердженням науковців [9], можуть вважатися, зокрема:

- неврахування диверсифікованості, складності стану технологічних, виробничих взаємозв'язків з підприємствами супутніх сфер, трансформацій в діяльності, потенціалі, націленості на партнерство дуже широкого кола учасників;

- відсутність уніфікованого підходу до технологічного регулювання, контролю щодо розвитку містобудівної діяльності, цінових параметрів, процесів державних закупівель тощо. Вказана комплексна проблема не часто враховується, підприємство з різних причин (не достатньо

професійний підхід до планування стратегії, орієнтир на маніпуляції з органами дозвільної системи, бажання залучити кошти інвесторів) обмежується декларативними засадами, що характеризують наявність відповідного пакету дозвільних документів, які тільки планується отримати, і в результаті факти можуть дуже відрізнятись від обіцянок, задекларованих цілей тощо.

Сучасні глобалізаційні та інтеграційні процеси, інші зовнішні умови та фактори, внутрішні чинники, які також обумовлюються зовнішніми, стають фундаментом еволюціонування суб'єктів економіки. Еволюція таких учасників ринкового середовища пов'язана з тим, що підприємства поглинаються іншими, витісняються з ринку, їх життєвий цикл визначається не з власних позицій, а під впливом, з використанням (без застосування) засобів опору, які є в наявності, але не були окреслені стратегією розвитку. Такі ситуації є поширеними, особливо в складних соціально-економічних умовах, часто супроводжуються існуванням декларування стратегічних напрямків та цілей, фактичним так званим «виживанням» до моменту виходу з ринку. І, навпаки, ті економічні суб'єкти, які розвиваються революційно, випереджальними темпами, визначають в рамках стратегії розвитку максимально можливе охоплення варіантів змін з відповідною реакцією на них, мають можливість самостійно створювати та визначати еволюцію розвитку інших, залишаючись при цьому у тій мірі, наскільки це можливо, актором, який може впливати на власний життєвий цикл. З позицій революційності, на нашу думку, можна оцінювати стан та рівень стратегій розвитку як підприємств, так і галузей економіки. Ця ознака свідчить про високий рівень реактивності, гнучкості економічної політики, високий опір зовнішнім та внутрішнім викликам. Зважаючи на обґрунтування існування революційного характеру, притаманного системній, комплексній та ефективній стратегії розвитку, пропонуємо враховувати необхідність акценту на вказану сутнісну ознаку (революційності) при трактуванні досліджуваного поняття.

По-третє, деякі трактування сутності поняття стратегії розвитку будуються з огляду на поділ факторів та умов середовища суб'єкта економічної системи за ознакою теорії SWOT-аналізу (сильні, слабкі сторони, можливості та загрозові напрямки). При цьому, не завжди враховуються всі чотири елементи теорії, автори іноді обмежуються деякими або одним.

1. Стратегія розвитку з огляду на поділ факторів та умов середовища суб'єкта економічної системи за ознакою теорії SWOT-аналізу

Зокрема, такий підхід використаний в трактуванні сутності зазначеного поняття, сформульованого І. Денисюк стосовно стратегії розвитку підприємства харчової промисловості [6, с. 114]. А саме, згідно із визначенням авторки, стратегія розвитку суб'єкта підприємництва галузі є довгостроковою програмою заходів, баченням його майбутнього розвитку у визначеній сфері, з прогностичним урахуванням особливостей впливу зовнішнього середовища, комплексу внутрішніх взаємозв'язків на

галузевому рівні, який створює взаємодоповнюючі можливості, сприятиме досягненню встановлених цільових орієнтирів. Відповідно, із формулювання дослідниці видно, що в цьому трактуванні передбачено як ознаки першого наукового підходу (стратегічне цілеутворення та існування організаційних заходів реалізації цілей в умовах змінюваного середовища), так і посилення на те, що стратегія розвитку забезпечує певні можливості для економічного суб'єкта. Тобто, І. Денисюк використовує один з елементів теорії SWOT-аналізу (можливості), а інші три елементи (сильні, слабкі сторони та загрози) передбачено, на нашу думку, в складі умов змінюваного середовища, які враховують в стратегії розвитку.

Можна відмітити трактування даного поняття, створене в контексті зазначеного наукового підходу, представлене Дж. Джонсоном та К. Скулсом [28]. Відповідно із твердженням авторів, стратегія розвитку суб'єкта економічної діяльності є напрямками і масштабом заходів довгострокового характеру, націленими на те, щоб ресурсний потенціал був адекватним змінам трансформацій середовища (клієнтського та споживацького сегменту, ринків тощо) і його стан формувався у відповідності до стратегічних очікувань щодо результатів діяльності. Треба зауважити, що це формулювання створене:

- в рамках першого наукового підходу, так як здійснено акцент на стратегічне встановлення цілей та заходів їх досягнення, зазначається потреба врахування змін умов середовища (зовнішнього із посиланням на ринок, клієнтський та споживацький сегменти, внутрішнього, представленого ресурсним потенціалом даного суб'єкта економічної діяльності, стосовно якого формується та реалізується стратегія розвитку);

- в контексті третього наукового підходу, згідно з яким автори посиляються на елемент теорії SWOT-аналізу, який пов'язаний з можливостями формування ресурсного потенціалу економічного суб'єкта відповідно до стратегічних очікувань щодо результатів діяльності. При цьому, автори не згадують інші три елементи зазначеної теорії (сильні та слабкі сторони, загрози).

2. Стратегія розвитку, як довгостроковий план

Слід розглянути інше формулювання сутності досліджуваного поняття, визначене в контексті вказаного третього наукового підходу. А саме, на думку, В. Збарського [8, с. 42–43], стратегія розвитку суб'єкта підприємницької діяльності галузі є довгостроковим планом, що включає систему рішень стосовно визначення напрямку діяльності, визначальні цільові орієнтири, моделі (механізми) заходів щодо створення, успішного застосування складових підприємницького потенціалу, передбачає можливість формування позитивних зовнішніх, внутрішніх умов в цілях ефективного функціонування на всіх стадіях життєвого циклу. В цьому трактуванні, є елементи традиційного першого підходу, що враховує встановлення цільових орієнтирів, механізму заходів із їх досягнення з урахуванням умов середовища, також автор робить акцент на сильних

сторонах (потенціалі), можливостях, які будуть реалізовані при впровадженні даної стратегії тощо.

В розрізі даного підходу можна запропонувати розглянути трактування сутності поняття стратегії розвитку, сформульоване О. Гудзь [5, с. 347]. За твердженням автора, стратегія розвитку суб'єкта підприємництва є довготерміновим, гнучким планом заходів інноваційного характеру з визначеним ступенем ризиків, оснований на врахуванні умов та факторів зовнішнього та внутрішнього середовища (в тому числі людського чинника), передбачає залучення та використання інвестиційних коштів для забезпечення високої ефективності результатів, збільшення конкурентних позицій як підприємства в цілому, так і його продукції. Треба відзначити, що в представленому авторському визначенні передбачаються сутнісні ознаки, характерні:

- першому науковому підходу (стратегічне цільове орієнтування, визначення заходів досягнення цілей з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища);

- другому, який передбачає акцент на ознаці революційності стратегічного управління. А саме, автор вказує на використання гнучкого плану заходів інноваційного характеру;

- третьому, що обумовлює посилення на елементи теорії SWOT-аналізу (сильні, слабкі сторони, можливості та загрози напрямки). Дослідник зауважує на: врахування ступенів ризику (слабкі сторони); умови та фактори зовнішнього та внутрішнього середовища (в тому числі людського чинника), які можуть виступати, в свою чергу, сильними, слабкими сторонами, загрозами, можливостями; використання інвестиційних коштів для забезпечення високої ефективності результатів, збільшення конкурентних позицій як підприємства в цілому, так і його продукції, яке є можливістю для підприємства.

3. Стратегія розвитку, як комплекс стратегічних рішень управлінського характеру

Слід звернути увагу на трактування сутності поняття стратегії розвитку, представлене в контексті третього наукового підходу. Відповідно до визначення О. Тур [23, с. 41], стратегія розвитку економічного суб'єкта є комплексом стратегічних рішень управлінського характеру (організаційного управлінського механізму, що включає заходи, цільові програми, плани діяльності), націлених на створення позитивних сторін функціонування та становлення соціально-економічного потенціалу (пріоритетів, напрямків та перспектив) внаслідок досягнення сталих, динамічних результатів. Як видно, в поданому визначенні враховано:

- основні ознаки першого традиційного наукового підходу (цілеутворення та механізм реалізації цілей), хоча не здійснено акцент на потребі врахування умов внутрішнього та зовнішнього середовища;

- сутнісні ознаки третього наукового підходу. А саме, дослідницею зроблено посилення на елементи теорії SWOT-аналізу, вказується на

створення позитивних сторін функціонування, отримання можливостей (перспектив, пріоритетів тощо).

Потрібно відмітити ще одне визначення сутності вказаного поняття, створене в рамках зазначеного наукового підходу. За твердженням М. Туленкова [22, с. 105], стратегія розвитку суб'єкта економічної діяльності є визначеною на довгостроковий термін системою орієнтирів, норм, напрямків, правил, способів, сфер діяльності, які націлені на забезпечення можливості росту, високого рівня конкурентних позицій, сприяння виживанню в ринкових умовах. Виходячи із змісту вказаного трактування автор здійснює акцент на:

- положеннях першого наукового підходу (стратегічне цілеутворення, визначення організаційного механізму досягнення цільових напрямків, вказівка на умови зовнішнього середовища, але немає врахування внутрішніх умов функціонування економічного суб'єкта);
- ознаках третього наукового підходу (зазначення можливостей росту, високого рівня конкурентних позицій, сприяння виживанню, як одного з елементів теорії SWOT-аналізу).

4. Стратегія розвитку, як стратегічний план, який формується на рівні керівництва у формі певних стратегічних завдань

Можемо розглянути формулювання сутності поняття стратегії розвитку економічного суб'єкта в розрізі третього наукового підходу, представлене В. Македоном [13, с. 371]. На думку автора, стратегія розвитку економічного суб'єкта є основним напрямком діяльності, стратегічним планом, який формується на рівні керівництва у формі певних стратегічних завдань, цільових орієнтирів, перспектив функціонування, які передбачають забезпечення ефективного рівня роботи, можливості отримання бажаних результатів. В наведеному трактуванні сутності досліджуваного нами поняття, на нашу думку, враховано:

- положення першого наукового традиційного наукового підходу, оскільки В. Македон у своєму визначенні вказує на встановлення стратегічних планових цільових орієнтирів, завдань, які сприятимуть їх досягненню. При цьому, дослідник не згадує потреби врахування впливу умов зовнішнього та внутрішнього середовища, дія яких може вносити корективи у отримання сталих запланованих стратегією результатів розвитку економічного суб'єкта;
- ознаки третього наукового підходу, в рамках якого автор вказує на можливості отримання бажаних результатів внаслідок реалізації стратегії розвитку. Відповідно, здійснюється акцент на одному з елементів теорії SWOT-аналізу, а саме, можливостях. Слід звернути увагу, що автор не звертається до потреби врахування можливих загроз, сильних та слабких сторін розвитку суб'єкта економічної діяльності, для якого формується дана стратегія.

Можна відзначити погляд Ю. Погорелова [17, с. 78] на визначення сутності досліджуваного поняття, яке він формулює в рамках вказаного

наукового підходу. Автор зазначає, що стратегія розвитку суб'єкта підприємницької діяльності є безупинним процесом стратегічного управління, який здійснюється відповідно до штучно створеного або природного комплексу заходів, і є зміною станів функціонування, відмінних один від одного, що обумовлює появу, розкриття у економічного суб'єкта нових властивостей, характерних рис, якостей, реалізацію нових можливостей. Вказане трактування сутності зазначеного поняття, на нашу думку, сформульоване з огляду на:

- врахування ознаки елементів теорії SWOT-аналізу (вказівка на появу та реалізацію нових можливостей, властивостей, характерних рис, якостей, які можуть стати як сильними, так і слабкими сторонами, загрозами для економічного суб'єкта);

- з урахуванням ознаки стратегічного цільового орієнтування, встановлення програмних заходів досягнення цілей з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища;

- вказівку на те, що стратегія розвитку може мати як штучний (в тому числі згадуваний нами суто декларативний), так і природний (достовірний, об'єктивний, ґрунтований) характер.

Отже, ознака штучності або природності характеру стратегії розвитку економічного суб'єкта є однією з її основних сутнісних характеристик, її врахування, на нашу думку, є важливим аспектом теоретичної концептуалізації досліджуваного поняття. Відповідно, по-четверте, сутнісна ознака штучності або природності (достовірності, об'єктивності, ґрунтовності) характеру стратегії розвитку є четвертою особливістю наукових підходів щодо трактування сутності досліджуваного поняття. В рамках вказаного четвертого наукового підходу можна відмітити трактування сутності поняття стратегії розвитку економічного суб'єкта, представлене С. Клименко [10, с. 345]. Авторка стверджує, що стратегія розвитку економічного суб'єкта є довготерміновим, якісно сформульованим та визначеним напрямком функціонування, який пов'язаний з описом сфери, форм, програмних засобів, комплексу заходів щодо взаємодії на внутрішньому рівні, окресленням його становища та поведінки в умовах зовнішнього середовища, і забезпечує досягнення встановлених стратегічних цільових орієнтирів та завдань. Як видно, зазначене авторське трактування сформульоване як в рамках першого наукового підходу, оскільки передбачає стратегічне цілеутворення, встановлення програмних заходів та механізму реалізації цілей в умовах внутрішнього, зовнішнього середовища, так і з огляду на положення четвертого наукового підходу, що підтверджується акцентом дослідниці на необхідності створення якісної (достовірної, ґрунтовної) стратегії розвитку економічного суб'єкта.

5. Стратегія розвитку, як комплексна система заходів, представлених в якісному та кількісному форматі

Трактування сутності досліджуваного поняття, сформульоване в розрізі четвертого наукового підходу, було визначено М. Хацером [24, с. 111]. На

думку дослідника, стратегія розвитку економічного суб'єкта виступає генеральною комплексною системою заходів, представлених в якісному та кількісному форматі, що дозволяють отримати чітке уявлення щодо перспективних параметрів діяльності з огляду на визначені цільові орієнтири, наявний ресурсний потенціал, потрібний для їх реалізації. У наведеному формулюванні сутності вказаного поняття автор враховує положення:

- першого наукового підходу, в рамках якого вказується на цілеутворення та встановлення комплексу заходів реалізації цільових засад. При цьому, автор не передбачає врахування умов зовнішнього середовища, а робить посилення тільки на елемент внутрішнього середовища – фактичний ресурсний потенціал економічного суб'єкта;

- четвертого наукового підходу, оскільки зауважує на потребу чіткого створення стратегічних параметрів, сформованих в тому числі з огляду на існуючий ресурсний потенціал економічного суб'єкта.

Можна проаналізувати інше визначення сутності зазначеного поняття, розкрите в рамках вказаного четвертого наукового підходу.

Зокрема, на думку А. Чандлера [27], стратегія розвитку суб'єкта економічної системи є системою раціональних стратегічних орієнтирів, цілей довготермінового характеру, комплексу вибору основних заходів, визначеного ресурсного потенціалу, необхідних для досягнення встановлених стратегічних цілей. Зважаючи на зміст вказаного трактування, можемо припустити, що автор його сформулював з урахуванням:

- положень першого традиційного наукового підходу, оскільки є посилення на стратегічні цілі, заходи їх досягнення, але відсутня вказівка на врахування умов зовнішнього та внутрішнього середовища, які можуть вплинути на зміну результатів виконання стратегічних напрямків розвитку суб'єкта економічної системи;

- ознак третього наукового підходу, в контексті якого автор вказує на елементи теорії SWOT-аналізу (зазначення використання позитивних сторін, зокрема, визначеного ресурсного потенціалу економічного суб'єкта, акцент на появі нових можливостей, а саме, досягнення встановлених стратегічних цілей діяльності);

- характеристик четвертого наукового підходу, в розрізі якого зауважується потреба встановлення системи раціональних стратегічних орієнтирів.

По-п'яте, в наукових працях можна відмітити трактування сутності поняття стратегії розвитку економічного суб'єкта, створене з огляду на ознаку гнучкості стратегічного планування та управління.

Зокрема, В. Кобелевим, Ю. Захарченком представлено формулювання сутності вказаного поняття в рамках зазначеного наукового підходу. За твердженням авторів [11, с. 300], стратегія розвитку суб'єкта економічної системи є безперервно коректованими комплексами заходів, що взаємопов'язані між собою, і орієнтовані на досягнення цільових орієнтирів, забезпечення можливостей отримання високої ефективності діяльності в

довгострокову та короткостроковому періодах. Як видно із змісту авторського трактування, дослідники враховують:

- положення першого наукового підходу в частині того, що стратегія розвитку є системою цільового стратегічного орієнтування та заходів, націлених на реалізації цілей розвитку економічного суб'єкта. Але автори не вказують на те, що стратегічне планування та управління реалізацією цільових засад здійснюється в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища, які потрібно враховувати для виконання завдань;

- положення третього наукового підходу (врахування ознаки елементу теорії SWOT-аналізу), в рамках якого передбачають можливості для економічного суб'єкта отримання високої ефективності діяльності в довгострокову та короткостроковому періодах;

- ознаки п'ятого наукового підходу, так як вказують на необхідність безперервного, постійного коригування параметрів стратегічного планування та управління, що відповідає характеристиці гнучкості стратегії розвитку економічного суб'єкта.

6. Стратегія розвитку, як ціннісно-орієнтована, абстрактно-цільова концепція діяльності на довгострокових основах

В контексті п'ятого наукового підходу можна також розглянути трактування, визначене О. Труханом [21, с. 240]. Зокрема, автор зазначає, що стратегія розвитку економічного суб'єкта є ціннісно-орієнтованою, абстрактно-цільовою концепцією діяльності на довгострокових основах, представленою індикативним когнітивним підходом до формування адаптивної політики в умовах змінюваного, нестабільного ринкового середовища, яка реалізується в рамках стратегічних планових засад керівництва організаційними трансформаціями через створення передумов гнучкого реагування на вплив зовнішнього та внутрішнього середовища. Потрібно зауважити, що представлене визначення сутності зазначеного поняття враховує:

- ознаки першого наукового підходу, який передбачає стратегічне цілеутворення, встановлення заходів реалізації цільових засад, також зазначається потреба будування стратегії розвитку з огляду на вплив умов зовнішнього та внутрішнього середовища;

- ознаки п'ятого наукового підходу, положення якої обумовлюють формування адаптивної політики в умовах змінюваного, нестабільного ринкового середовища, здійснення гнучкого реагування на вплив зовнішнього та внутрішнього середовища тощо.

Можна розглянути інше трактування сутності зазначеного поняття, створене в розрізі вказаного п'ятого наукового підходу. А саме, як відмічає Ю. Рябушиць [18], стратегія розвитку економічного суб'єкта є системою стратегічних планових заходів (спрямованої стратегії) і відповідних коригувань, потреба у яких виникає у разі впливу обставин непередбачуваного характеру (система незапланованих стратегічних рішень). Це визначення частково враховує:

– елементи першого наукового підходу (вказівка на стратегічні заходи реалізації стратегії та сама стратегія, без зазначення потреби передбачення впливу умов внутрішнього та зовнішнього середовища);

– ознаки третього наукового підходу, який передбачає посилення на існування елементів теорії SWOT-аналізу. Зокрема, автор вказує, що виникнення негативних обставин розвитку економічного суб'єкта обумовлює потребу використання елементів коригування стратегічних планових аспектів;

– ознаки п'ятого наукового підходу, оскільки автор акцентує увагу на тому, що ці коригування потрібні для протидії впливу обставин непередбачуваного характеру (віднесення їх до системи незапланованих стратегічних рішень). Хоча вказівка на передбачення коригувань стратегічних планів розвитку економічного суб'єкта є об'єктивною, акцент автора на тому, що вони здійснюються у відповідь на появу обставин непередбачуваного характеру, є, на нашу думку, дещо дискусійним. Вказане пояснюється тим, що ми розробляємо на перспективу систему коригувань, яка вже передбачає виникнення певних негативних, загрозливих обставин, що змінюють найбільш прийнятні стратегічні орієнтири стосовно результатів діяльності економічного суб'єкта.

7. Стратегія розвитку, як варіативність способів, заходів щодо досягнення стратегічних цілей

По-шосте, важливою ознакою, що характеризує стратегію розвитку економічного суб'єкта на сучасному етапі функціонування виступає варіативність способів, заходів щодо досягнення стратегічних цілей. На цю сутнісну ознаку справедливо вказують автори у визначенні трактування досліджуваного поняття.

А саме, згідно із підходом З. Шершньової [25, с. 74], стратегію розвитку суб'єкта економічної діяльності є довготерміновим курсом, способом реалізації цільових засад, які визначаються самостійно виходячи з низки варіантів альтернативного характеру, зважаючи на власне бачення основних аспектів стратегічної політики. Слід зазначити, що, на наш погляд, представлене З. Шершньовою трактування сутності досліджуваного поняття створене з огляду на:

– ознаки першого наукового підходу (традиційного) в рамках акцентування уваги на стратегічному цілеутворенні, засобах та способах реалізації стратегічних цільових орієнтирів. Хоча, як і деякі дослідники, авторка не здійснює вказівку на потребу урахування впливу умов внутрішнього та зовнішнього середовища тощо;

– положення шостого наукового підходу, в рамках якого З. Шершньова стверджує про варіативність вибору способів реалізації стратегії розвитку в рамках засад власної стратегічної політики. Можемо припустити, що акцент на вибір варіанту способів реалізації стратегічних орієнтирів в розумінні авторки передбачає обирання тієї альтернативи, яка буде найбільш прийнятна в умовах зовнішніх та внутрішніх впливів та загроз. Отже, в

трактуванні дослідниці можливо існує посилення на важливий елемент першого наукового підходу, зокрема, умови зовнішнього та внутрішнього середовища, та положення третього наукового підходу (акцент на ознаці елементів теорії SWOT-аналізу), в розрізі якого вказується вибір з огляду на власну політику, яка можливо враховує слабкі, сильні сторони, можливості та загрози функціонування економічного суб'єкта.

8. Стратегія розвитку, як певний комплекс правил щодо прийняття стратегічних рішень

По-сьоме, за справедливим твердженням Ю. Рябушиць [18] серед науковців існує підхід, в рамках якого сутність поняття стратегії розвитку характеризується як певний комплекс правил щодо прийняття стратегічних рішень.

В контексті цього підходу можна розглянути трактування І. Ансоффа [1], який окрім визначення сутності досліджуваного поняття через призму ознак першого наукового підходу, наведеного вище, пропонує формулювати її в рамках даного напрямку. Згідно із твердженням автора, стратегія розвитку суб'єкта економічної діяльності є системою правил, необхідних для прийняття стратегічних управлінських рішень (організації взаємовідносин з зовнішньою середою, щодо визначення внутрішньої організаційної концепції), які забезпечать стійкий ріст та розвиток. Як видно з представленого формулювання сутності вказаного поняття, І. Ансофф робить акцент:

- на положеннях першого наукового підходу, оскільки посиляється на стратегічне цілеутворення та встановлення правил досягнення цілей, умови зовнішнього і внутрішнього середовища;
- на ознаці сьомого наукового підходу, в рамках якого дослідник вказує на комплекс правил щодо прийняття стратегічних рішень як основу стратегії розвитку економічного суб'єкта.

9. Стратегія розвитку, як процедура синергізму всіх елементів стратегічного управління

По-восьме, серед науковців можна відзначити підхід, який передбачає вказівку на процедуру синергізму (об'єднання) всіх елементів стратегічного управління, як ознаку стратегії розвитку суб'єкта економічної діяльності, що обумовлює забезпечення досягнення цільових орієнтирів.

В контексті вказаного наукового підходу можемо відзначити трактування сутності досліджуваного поняття, розроблене М. Мартиненком і І. Ігнатієвою [15, с. 125]. За твердженням авторів, стратегія розвитку суб'єкта економічної діяльності є комплексом цільових орієнтирів, правил (реакція на трансформації зовнішнього середовища, функціональне об'єднання внутрішніх резервів та сфер діяльності) їх досягнення, пов'язаних із оптимальним процесом синергізму (об'єднання) всіх структур та рівнів управлінської діяльності, і підпорядкуванням їх процесам оптимальної реалізації стратегічних цілей. Дослідження положень

вказаного формулювання сутності поняття стратегія розвитку показало, що дослідники враховують:

- сутнісні ознаки першого наукового підходу (посилання на стратегічне цілеутворення, визначення правил досягнення цільових засад, вказівка на врахування дії умов зовнішнього та внутрішнього середовища;

- характеристики третього наукового підходу, який передбачає розгляд сутності зазначеного поняття через призму елементів (елементу) теорії SWOT-аналізу. Зокрема, автори стверджують, що у разі вірного виконання стратегічних завдань розвитку буде забезпечено можливість оптимальної реалізації стратегічних цілей даного суб'єкта економічної діяльності, відносно якого створюється вказана стратегія;

- аспекти восьмого наукового підходу, в рамках якого зазначається, що стратегія розвитку економічного суб'єкта реалізується через здійснення процедури синергізму (об'єднання) всіх структур та рівнів управлінської діяльності, і підпорядкування їх процесам оптимальної реалізації стратегічних цілей.

Висновки. Дослідження основних наукових підходів до трактування сутності поняття стратегії розвитку суб'єкта економічної системи дозволило виокремити та обґрунтувати його основні сутнісні ознаки, серед яких: стратегічне цілеутворення та встановлення механізму реалізації цілей в умовах змінюваного середовища; ознаку революційності; поділ факторів та умов середовища суб'єкта економічної системи за ознакою теорії SWOT-аналізу (сильні, слабкі сторони, можливості та загрозові напрямки); ознака штучності або природності (достовірності, об'єктивності, ґрунтовності) характеру стратегії розвитку; ознака гнучкості стратегічного планування та управління; варіативність способів, заходів щодо досягнення стратегічних цілей; певний комплекс правил щодо прийняття стратегічних рішень; процедура синергізму (об'єднання) всіх елементів стратегічного управління, як ознака стратегії розвитку суб'єкта економічної діяльності, що обумовлює забезпечення досягнення цільових орієнтирів. В рамках окреслення та характеристики зазначених сутнісних ознак, зважаючи на положення розглянутих трактувань науковців, нами було розроблено авторське визначення сутності досліджуваного поняття. А саме, стратегія розвитку суб'єкта економічної системи (учасників галузі, галузі) є системою ґрунтовних, раціональних довгострокових та короткострокових стратегічних цільових орієнтирів, обґрунтованих комплексом заходів, правил та рішень їх реалізації в умовах змінюваного внутрішнього, зовнішнього середовища, яке обумовлює необхідність коригування стратегічних орієнтирів, адаптивність та варіативність вибору політики реагування на негативні зміни з відповідним врахуванням сильних, слабких сторін, загроз та можливостей функціонування, мобілізацією всіх необхідних рівнів управління для забезпечення прогностичних позитивних результатів. Наукова новизна зазначеного трактування полягає в тому, що представлене визначення сутності цього поняття розширює теоретичну базу дослідження, оскільки вперше розроблено формулювання, що враховує

такий масштабний комплекс обґрунтованих сутнісних ознак, які є базовими параметрами оцінки стану рівня ефективності стратегій розвитку суб'єктів економічної системи. Зокрема, такі ознаки, як ознака революційності, ознака штучності або природності (достовірності, об'єктивності, ґрунтовності) характеру стратегії розвитку, ознака гнучкості стратегічного планування та управління, варіативність способів, заходів щодо досягнення стратегічних цілей можуть бути використані в якості певних складових елементів показника оцінки ефективності стратегії розвитку.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление; пер. с англ. под ред. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. 519 с.
2. Бланк И. Торговый менеджмент. К.: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. 408 с.
3. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 458 с.
4. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. К.: КНЕУ, 2000. 360 с.
5. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 18. С. 346–352
6. Денисюк І. Стратегія розвитку підприємства харчової промисловості: економічна сутність. Економічний аналіз. 2013. Вип. 12. Ч. 3. С. 112–115.
7. Дергоусова А.О. Щодо питання визначення сутності поняття стратегії розвитку транспортного підприємства. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2010. № 4(12). С. 88–101.
8. Збарський В.К. Сутність поняття «стратегія розвитку» малого підприємства. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2013. Вип. 181(6). С. 36–45.
9. Кавун В.А. Проектні ризики будівельних підприємств. Дата оновлення: 04.04.2019. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5775> (дата звернення: 04.04.2019)
10. Клименко С.М. Формування стратегії розвитку підприємства з урахуванням ризиків. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 343–347.
11. Кобелев В.М., Захарченко Ю.В. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. Вип. 42. С. 297–303.
12. Крук М. Разработка корпоративных стратегий компании. ЭКО. 2001. № 6. С. 112–117.
13. Македон В.В. Розробка стратегії розвитку промислового підприємства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. Вип. 1(1). С. 369–373.
14. Маковей Ю. Стратегічне управління персоналом підприємства туристичної сфери: концептуальні підходи. Ефективність державного управління. 2015. Вип. 43. С. 329–336
15. Мартиненко М.М., Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент. К.: «Каравелла». 2006. 320 с.
16. Москаленко В.О. Теоретичні аспекти вибору кадрової стратегії на підприємствах. Дата оновлення: 04.04.2019. dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10400/1/Theoretical%20aspects.pdf (дата звернення: 04.04.2019)
17. Погорелов Ю.С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2017. № 1. С. 76–84

18. Рябушиць Ю. Поняття стратегії розвитку підприємства. Дата оновлення: 04.04.2019. <http://www.srw.kspu.edu/?p=641> (дата звернення: 04.04.2019)
19. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент. Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. 448 с.
20. Терешкина Н.Е. Формирование стратегии развития малых транспортных предприятий. К.: Науковий світ, 2005. 160 с.
21. Трухан О.Л. Змістовна сутність поняття «стратегія підприємства»: суперечливості поглядів. Вісник ЖДТУ. 2010. № 1(51). С. 236–241
22. Туленков Н. Ключевая позиция стратегического менеджмента в организации. Проблемы теории и практики управления. 1997. № 4. С. 104–107
23. Тур О.В. Формування поняття стратегія розвитку підприємства. Інтелект XXI. 2015. № 4. С. 38–45.
24. Хацер М.В. Стратегія розвитку підприємства в умовах нестабільності економіки держави. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 3. С. 109–112
25. Шершньова З.Є. Стратегічне управління. К.: КНЕУ, 2004. 699 с.
26. Aaker D. A. Strategic Market Management. Bristol: John Wiley & Sons, 2004. 392 p.
27. Chandler A.D.Jr. Strategy and Structure Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge, Mass.: M. I. T. Press, 1962. 463 p.
28. Johnson G., Scholes K., Whittington R. Exploring Corporate Strategy. New Jersey: Prentice Hall, 2007. 664 p.
29. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall, 2012. 812 p.
30. Kotler Ph., Armstrong G. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall, 2008. 744 p.
31. Mintzberg H., Alstrend B., Lempel J. Schools strategies. St. Petersburg: Peter; 2000. 98 p.
32. Porter M.E. Competitive advantage. Creating and Sustaining Superior Peifonnance. New York: The Free Press, 1985. 658 p.

Крилова І.І.

*кандидат юридичних наук, докторант
Національної академії державного управління
при Президентові України*

МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ З УРАХУВАННЯМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ

Анотація

У статті здійснено аналіз національної системи державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення, характерною рисою якої є її належність до чистої природної монополії. Досліджено всі фактори, які впливають на належність сфери централізованого водопостачання та водовідведення до природної монополії та доведено складність виділення конкурентних видів діяльності у цій сфері. Для реалізації функції державного регулювання у сфері існують різні

інституції, які в сукупності утворюють механізм сучасного державного регулювання. Визначено та проаналізовано елементи механізму державного регулювання сфери централізованого водопостачання та водовідведення, до яких належать: нормативно-правові акти; державна підтримка сфери; державні стратегії та програми у сфері, тощо. Проаналізовано європейський досвід регулювання сфери водопостачання та водовідведення, на який орієнтується національна державна політика у виборі напрямків реформування галузі, на прикладі трьох класичних моделей регулювання сфери: англійської (повна приватна монополія із самим сильним державним регулюванням), французької (делеговане управління) та німецької (часткова приватизація з регулюванням з боку наглядових органів). Визначено характерні риси національних реформ системи державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення, як-то відсутність стратегічних напрямків розвитку сфери в цілому, безсистемність, створення окремого органу державного регулювання з урахуванням загального досвіду розвинутих країн із одночасним збереженням колишніх неефективних механізмів регулювання та управління, заполітизованість процесів, а також відірваність від реформ інших сфер управління та регулювання, які мають безпосередній вплив на сферу водопостачання та водовідведення. Базуючись на практичному досвіді, автор визначає проблемні питання механізму державного регулювання, які виникають при реалізації державної політики і впливають на стан системи державного регулювання та сфери водопостачання та водовідведення, за такими основними напрямками: організаційні, управлінські, фінансові, правові, кадрові тощо. Запропоновано шляхи удосконалення механізму державного регулювання сфери через нормативно-правовий, фінансовий та організаційний механізми державного управління, в контексті стратегії розвитку країни, водної галузі та сфери водопостачання та водовідведення.

Вступ. Сфера водопостачання та водовідведення перебуває в процесі реформування з моменту незалежності України, і трансформується від жорсткого централізованого державного управління до сучасного державного регулювання. Змінювались концепції реформування, підходи і механізм державного управління і регулювання, але стан сфери водопостачання та водовідведення не досягнув стійкого розвитку. Завжди залишаються невирішеними проблемні питання сфери: технічні, фінансово-економічні, управлінські, організаційні, кадрові тощо. Завжди є політичні пропозиції, направлені на задоволення інтересів певних інституцій. Завжди виникають нові підходи, в тому числі запозичені із західного досвіду, які потребують впровадження та фінансування. З'являються нові зобов'язання щодо інституційних перетворень, які необхідно виконати згідно із міжнародними угодами, тощо. Разом з тим, держава, формуючи державну політику у сфері водопостачання та водовідведення, не встановлює чітких правил гри на ринку, не затверджує стратегію розвитку сфери

водопостачання та водовідведення, залишаючи частину важливих питань неврегульованими. Уряд та регуляторні органи прагнуть перенести основну частину витрат галузі (в тому числі і державних витрат) на підприємства водопостачання та водовідведення. Підприємства водопостачання та водовідведення не в змозі вирішити технічні, організаційні, фінансові та інші питання без належної державної підтримки, інвестицій та державної політики. Після кожної спроби вирішити проблемні питання у сфері водопостачання та водовідведення настають інші проблемні питання, які знову потребують вирішення. Все йде по колу. І не можна сказати, що в нашій країні склалась унікальна ситуація у сфері водопостачання та водовідведення з державним управлінням та регулюванням. Такі цикли є стандартними для політичної економії, регулювання природних монополій, регулювання економічної конкуренції тощо. Сфера водопостачання та водовідведення розвинутих західних країн також стикається із подібними проблемами. Різниця в тому, які висновки робить держава із отриманого досвіду вирішення проблемних питань і як швидко реагує на необхідні зміни в державній політиці, посилюючи чи послаблюючи методи державного втручання, державної підтримки. Зміна державної політики щодо необхідності запровадження регулювання залежить не тільки від розвитку ринку, але й від політичних, економічних, технологічних та історичних факторів. Крім того, кожна економічна реформа має пройти свій певний курс, який супроводжується теоретичними та практичними дослідженнями. Національні реформи, як правило, базувались на західних прикладах без достатнього правового супроводу та теоретичного опрацювання можливих проблемних питань. З огляду на викладене, залишається актуальним питання стратегічних напрямів розвитку сфери водопостачання та водовідведення, формування державної політики відповідно до обраної стратегії та модернізація механізму державного регулювання сфери.

1. Розвиток механізму державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення

Впровадження ринкових механізмів в економіці України, сприяння залученню приватного капіталу потребували нових підходів до управління економікою із встановленням правових меж щодо здійснення економічної діяльності та рівня регулювання діяльності суб'єктів господарювання, які виробляють (реалізують) товари на ринку, що перебуває у стані природної монополії, а також адаптації законодавства України з питань державного регулювання природної монополії до законодавства Європейського Союзу.

Державне регулювання в умовах ринкової економіки визначають як втручання держави, державних органів в ринкові механізми з метою корегування поведінки ринкових агентів та результатів ринку. В ідеалі держава має регулювати тільки в тих випадках, в яких функціонування ринку показує незадовільні результати. Зокрема, коли конкуренція можлива, але порушується соціальна справедливість; коли конкуренція

неможлива – чисті природні монополії; коли конкуренція можлива, але є негативні екстерналії [14, с. 235–237; 8, с. 148].

Згідно із економічною теорією регулювання, регулювання само по собі підпорядковується економічним законам. Регулювання ставить підприємство в положення перманентного протистояння з державним органом, який потенційно володіє владою по відношенню до підприємства в такий ситуації регулюючий процес стає свого роду результуючою боротьбою та взаємодією залучених груп. Потрапивши в залежність від регулюючої влади, підприємство отримує сильні стимули для цілеспрямованого впливу на «політичну» та інші ситуації, у тому числі створювати більш сприятливі умови обслуговування тим регіонам чи групам, які можуть надати політичну підтримку [14, с. 238].

Характерною рисою сфери водопостачання та водовідведення є її належність (а саме господарська діяльність у сфері централізованого водопостачання та водовідведення) до чистої природної монополії, поняття якої до сих пір є дискусійним у вітчизняних та іноземних економістів та дослідників. В національному законодавстві «природна монополія» – це стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на цьому ринку є більш ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю товару в міру збільшення обсягів виробництва), а товари (послуги), що виробляються суб'єктами природних монополій, не можуть бути замінені у споживанні іншими товарами (послугами), у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на ці товари (послуги), ніж попит на інші товари (послуги) [21]. Віднесення діяльності з централізованого водопостачання та водовідведення до чистої природної монополії визначено особливостями технологічного процесу водопостачання та водовідведення. Зокрема, технологічний процес централізованого питного водопостачання розрізняє три стану води: видобута вода; очищена вода; вода в системі розподілу, яка доставляє очищену воду до споживачів. Продовженням системи розподілу є внутрішньо будинкова мережа (сантехніка). Тобто, по мірі того, як вода постачається до споживача, вона може втрачати свої якісні показники (у порівнянні з тими, які показує лабораторний контроль на контрольних точках забору води). За класичною схемою виокремлення чистої монополії від суміжних ринків, постачання питної води трубопроводами мережами належить до природної монополії, а виробництво питної води може здійснюватися на конкурентних ринках. Але на практиці не все так просто, оскільки для питної води (на відміну від електроенергії, наприклад) дуже важливим є якісний показник, який залежить від транспортування і виробництва води. Виробництво питної води на конкурентних засадах (навіть якщо таке теоретично і технічно можливе) передбачатиме змішування води різної якості від різних виробників в розподільчих трубопроводах. Що несе загрозу якісному питному водопостачанню. Аналогічна особливість для водовідведення – екологічний фактор. Можливим варіантом запровадження демонополізації ринку

централізованого водопостачання та водовідведення може бути прокладання паралельних мереж централізованого водопостачання та водовідведення конкуруючими підприємствами, але цей варіант поки є не вигідним з економічної точки зору.

Тому, питання щодо необхідності розмежування видів діяльності з централізованого водопостачання та водовідведення на транспортування магістральними і розподільчими трубопроводами наразі залишається закритим. А в профільному Законі України «Про питну воду, питне водопостачання та водовідведення» централізоване питне водопостачання визначено, як господарська діяльність із забезпечення споживачів питною водою за допомогою комплексу об'єктів, споруд, розподільних водопровідних мереж, пов'язаних єдиним технологічним процесом виробництва та транспортування питної води. А централізоване водовідведення, як господарська діяльність із відведення та очищення стічних вод за допомогою системи централізованого водовідведення [19].

Запроваджуючи державне регулювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення, держава виходила з того, що суб'єкти природних монополій, що надають послуги з централізованого водопостачання і водовідведення, мають значні матеріальні та фінансові ресурси, гарантований монопольний ринок збуту і, при цьому, не вживають заходів до зниження втрат ресурсів та витрат, які є складовими тарифів на комунальні послуги. Споживач послуг, в свою чергу, не має вибору у придбанні аналогічних послуг в іншого суб'єкта господарювання і на інших умовах. Тому, держава прагнула забезпечити створення умов, що сприятимуть розвитку ринкових відносин у конкурентних секторах комунального господарства, впровадженню механізму, що стимулюватиме відновлення та розвиток інфраструктури у сфері водопостачання і водовідведення, підвищенню рівня соціального захисту населення [18; 23].

Вирішення питань водопостачання, водовідведення та очищення стічних вод, а також здійснення контролю за якістю питної води є прямою компетенцією виконавчих органів сільських, селищних, міських рад. Переважна більшість підприємств водопостачання та водовідведення в Україні (із усіма матеріальними активами, мережами тощо) належить до комунальної власності. Основний посыл запровадження державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення зосереджувався на створенні окремого державного регуляторного органу, яким стала Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП).

Згідно із Законами України «Про державне регулювання у сфері комунальних послуг», «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг» НКРЕКП відповідно до покладених на неї завдань, зокрема, встановлює тарифи на централізоване водопостачання та водовідведення, послуги з централізованого постачання холодної води, водовідведення (з використанням внутрішньобудинкових систем), схвалює інвестиційні програми

для суб'єктів природних монополій, ліцензування діяльності яких здійснюється НКРЕКП.

Згідно із Законами України «Про питну воду, питне водопостачання та водовідведення», «Про місцеве самоврядування в Україні» до повноважень органів місцевої влади у процесі регулювання діяльності суб'єктів господарювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення належать: затвердження норм споживання та якості житлово-комунальних послуг, контроль за їх дотриманням; забезпечення населення житлово-комунальними послугами в необхідних обсягах та належної якості; затвердження загальновиробничих норм витрат палива, теплової та електричної енергії на одиницю продукції; погодження інвестиційних програм суб'єктів господарської діяльності у сфері централізованого водопостачання та водовідведення; розгляд та узгодження планів діяльності підприємств, установ та організацій, що не належать до комунальної власності відповідних територіальних громад, але діяльність яких може викликати негативні соціальні, демографічні, екологічні та інші наслідки, підготовка до них висновків і внесення пропозицій до відповідних органів; установлення місцевих податків і зборів, затвердження ставок земельного податку відповідно до Податкового кодексу України; прийняття рішень відповідно до чинного законодавства про надання пільг по місцевих податках і зборах, а також земельного податку; установлення для підприємств, установ та організацій, що належать до комунальної власності відповідних територіальних громад, розміру частки прибутку, яка підлягає зарахуванню до місцевого бюджету; укладення трудових угод з керівниками суб'єктів господарювання, що перебувають у комунальній власності, визначення цільових критеріїв їх діяльності.

Розподіл суб'єктів господарювання та ринку послуг України у сфері централізованого водопостачання та водовідведення за належністю до органу, що здійснює регулювання їх діяльності, з 31.12.2018 року по теперішній час зображено на рис. 1:



Рис. 1. Розподіл суб'єктів господарювання та ринку послуг України у сфері централізованого водопостачання та водовідведення

Держава регулює діяльність 3% суб'єктів господарювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення України, на діяльність яких припадає 74% національного ринку послуг у цій сфері. Інші суб'єкти

господарювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення регулюють органи місцевого самоврядування [10].

Для реалізації функції державного регулювання було створено різні інституції, які в сукупності утворюють механізм сучасного державного регулювання. До елементів механізму державного регулювання сфери централізованого водопостачання та водовідведення можна віднести: нормативно-правові акти; державну підтримку сфери; державні стратегії та програми у сфері, тощо.

Зокрема нормативно-правовий елемент механізму складають Закони України «Про питну воду, питне водопостачання та водовідведення», «Про природні монополії», «Про державне регулювання у сфері комунальних послуг», «Про житлово-комунальні послуги», «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг» та відповідні підзаконні нормативно-правові акти щодо впровадження та реалізації державного регулювання.

Державна підтримка у сфері водопостачання та водовідведення надається відповідно до обсягів коштів, передбачених законом України про Державний бюджет України на відповідний рік, для фінансування заходів у сфері будівництва і реконструкції систем питного водопостачання, водовідведення та очищення стічних вод, що мають загальнодержавне або міжрегіональне значення, а також для проведення науково-дослідних робіт по вдосконаленню питного водопостачання та ресурсозбереження [19]. Тобто, щорічно ухвалюється Закон про державний бюджет, яким визначаються пріоритетні напрями фінансування та вид бюджету (державний або місцеві), з якого будуть виділятися кошти, що впливає на загальну тенденцію видатків у розрізі основних функцій державних та місцевих органів влади. Державне фінансування сфери водопостачання та водовідведення здійснюється на підставі профільної цільової програми – Загальнодержавна програма «Питна вода України» на 2006–2020 роки, та інших державних програм, серед напрямків яких визначено, в тому числі, і заходи у сфері водопостачання та водовідведення, як-то, Загальнодержавна цільова програма розвитку водного господарства та екологічного оздоровлення басейну річки Дніпро на період до 2021 року та інші короткострокові програми соціально-економічного розвитку [17]. Однак, незадовільний стан реалізації Загальнодержавної програми «Питна вода України» на 2006–2020 роки (строк якої закінчується через рік) свідчить про її неналежне організаційне та фінансове забезпечення, як на державному, так і на регіональних рівнях [22].

Слід зазначити, що документу (нормативного акту), який би визначав основні довгострокові цілі та пріоритети розвитку сфери водопостачання та водовідведення на сьогодні немає. Таким документом має бути стратегія розвитку сфери водопостачання та водовідведення. В свою чергу, на виконання стратегічних завдань має бути розроблена державна цільова програма (або принаймні переглянута Загальнодержавна програма «Питна вода України» на 2006–2020 роки), яка має містити систему заходів,

направлених на досягнення поставлених стратегією цілей. Тільки таким чином може бути сформована і реалізована державна політика у сфері водопостачання та водовідведення.

2. Європейські моделі регулювання у сфері водопостачання та водовідведення

Організація процесу водопостачання та водовідведення, вибір моделі управління та регулювання є результатом історичних та культурних факторів, що відображають різноманітність країн ЄС. Зазвичай іноземні дослідники виділяють три моделі регулювання сфери водопостачання та водовідведення: англійську, французьку та німецьку, які є своєрідною класикою. Англійська модель регулювання характеризується централізацією і акцентом на державну політику без втручання муніципалітетів. Французька модель – ринковою концентрацією та конкуренцією за монополії. Німецька модель – збереженням конкуренції у водному господарстві та демократичним контролем через муніципалітети [4]. Визначення моделей регулювання безпосередньо пов'язане із моделями управління підприємствами водопостачання та водовідведення. Як правило, сучасні системи управління підприємствами водопостачання та водовідведення в економічно розвинених країнах світу розділяють за чотирма основними групами в залежності від форм власності: пряме державне управління, делеговане державне управління, делеговане приватне управління, пряме приватне управління [5; 11, с. 18–22].

В цілому існує два підходи до регулювання сфери водопостачання та водовідведення: шляхом утворення регулюючих органів або шляхом виконання регуляторних функцій існуючими установами, підприємствами [13, с. 6]. Основними видами регуляторів сфери у світовій практиці визначають: саморегулятори; місцеву владу; суди та трибунали; урядові структури; регуляторні органи; генеральних директорів [6, с. 8], або: окремі регулятори з режимом ліцензування (Англія і Уельс, деякі штати США і Австралія); регулювання за контрактом (Франція, Німеччина і Уганда); регулювання за контрактом з окремим регулятором (гібрид) (Колумбія і Кенія); саморегулювання (Камбоджа і деякі комунальні послуги в США) [7]. В будь-якому випадку країни обирають регуляторні системи, які забезпечують найбільш економічно ефективний спосіб досягнення своїх цілей, тому їх досвід є корисним для дослідників та практиків.

Англійська модель регулювання (повна приватизація об'єктів водопостачання та водовідведення. Модель приватного управління). За такою моделлю усі державні (комунальні) об'єкти водопостачання та водовідведення (підприємства, мережі, очисні споруди, системи водопостачання та водовідведення тощо, включно із матеріальними активами) були продані приватним інвесторам (приватизовані). В Англії і Уельсі було утворено десять підприємств з водопостачання та водовідведення, чий акції були продані публічно. З іншого боку, в Шотландії та Північній Ірландії – підприємства водопостачання та

водовідведення залишилися у державній власності. Система регулювання створена за принципом «спеціалізованого регулювання» і складається із окремих незалежних консультативних органів з відбору води, скидання стічних вод, якості питної води, тарифоутворення, з постачання послуг. До регуляторних органів належать: Агентство з охорони навколишнього середовища (Environment Agency), яке здійснює моніторинг і контроль за якістю води в річках та водоймах, а також за впливом діяльності підприємств водопостачання та водовідведення на навколишнє середовище; Інспекція питної води (Drinking Water Inspectorate), яка контролює забезпечення якості питної води; Незалежний економічний регулятор (Office of Water Services – OFWAT), який встановлює ціни у визначених мінімальних і максимальних межах, внаслідок чого визначає ефективність роботи підприємств сфери водопостачання та водовідведення.

Регулювання цін дозволяє підприємствам водопостачання та водовідведення збільшувати свої середні ціни за рік з коефіцієнтом $RPI + K$, де RPI є індексом роздрібних цін, а K – додатковими витратами, пов'язаними з поліпшенням якості питного водопостачання та захистом навколишнього середовища. Регулятор встановлює ціни таким чином, щоб ефективно підприємство могло розраховувати на справедливую норму прибутку на свій початковий капітал [2; 3; 5].

Французька модель регулювання (делеговане управління). Управління шляхом делегування – це тимчасова передача відповідальності за експлуатацію мереж водопостачання та водовідведення приватним операторам. За такою моделлю об'єкти водопостачання та водовідведення залишаються у державній (муніципальній) власності, відповідальність за водопостачання та водовідведення лежить на муніципалітетах, які делегують функцію надання послуг з водопостачання та водовідведення приватним компаніям. Виробництво послуг з водопостачання та водовідведення є предметом процедури торгів, яка проводиться муніципальними органами. В договорах (контрактах) між муніципалітетами і приватними компаніями чітко визначено які витрати приватні компанії можуть включати в рахунки.

Як правило, з приватними компаніями укладається три види договорів (контрактів): 1) договір франшизи (The franchise agreement), згідно із яким приватний оператор бере на себе всі інвестиційні витрати. Строк дії такого договору складає від 20 до 30 років; 2) договір оренди (The lease agreement), згідно із яким приватний оператор не несе інвестиційних витрат. Строк дії такого договору складає від 10 до 15 років; 3) операційний договір (The operating agreement), згідно із яким приватному оператору передаються часткові повноваження з управління на строк від 6 до 10 років [2]. Таким чином, об'єкти водопостачання та водовідведення можуть бути передані приватній компанії або для управління та експлуатації на певний період, або для будівництва та експлуатації новостворених систем, в результаті чого в кінці майно повертається муніципалітету. За договором франшизи власник франшизи будує, фінансує і експлуатує певні об'єкти водопостачання та водовідведення протягом узгодженого періоду. Він отримує

винагороду за контрактом, як правило, розраховану згідно із кубічним метром питної води або стічних вод.

На відміну від англійської моделі за французькою моделлю право власності на матеріальні активи залишається за державними (муніципальними) органами влади. Місцева влада забезпечує населення послугами з водопостачання та водовідведення і самостійно обирає модель між прямим управлінням або делегованим управлінням за контрактами. У випадку моделі управління за контрактом приватній компанії делегуються повноваження з операційної діяльності із певною відповідальністю. Ліцензії на здійснення господарської діяльності у сфері водопостачання та водовідведення є предметом процедури торгів.

В шести річкових басейнових управліннях, які були сформовані відповідно до Першого національного закону про воду 1964 року, діють два регуляторних органи у сфері водопостачання: Басейновий комітет (Committee of the Catchment Area) та Водне агентство (Water Agency). Розмір тарифів на послуги з водопостачання та водовідведення визначається Басейновим комітетом, який є регіональним «водним парламентом» і представляє інтереси держави, регіону, департаменту та комуни, а також водокористувачів. Цілі і пріоритети галузі зазначені в плані управління водними ресурсами. Водне агентство є державним органом, який здійснює заходи щодо управління водними ресурсами, стягує плату за водокористування і забруднення води і розподіляє пільги для інвестицій і витрат на очисні операції [2; 4; 5; 7].

Німецька модель (часткова приватизація з регулюванням з боку наглядових органів). Німецька модель передбачає часткову приватизацію підприємств водопостачання та водовідведення із контрольним пакетом акцій у власності муніципалітету і регулювання діяльності приватизованого підприємства через наглядові органи (*український аналог акціонерних товариств*). За допомогою своїх представників у наглядових органах підприємства муніципальні органи можуть впливати на ділову політику постачальника води. Фіксація цін відбувається за принципом покриття витрат.

Виділяють дві основні форми німецької моделі приватизації і одну змішану: 1) Формальна приватизація або організаційна приватизація (Formal privatisation or organisational privatisation): забезпечення водопостачання залишається за попереднім адміністратором. Діюча державна організація перетворюється відповідно до приватного права, наприклад, шляхом перетворення державного департаменту або муніципального агентства в муніципальне підприємство. 2) Матеріальна приватизація або функціональна приватизація (Material privatisation or functional privatisation): адміністратор делегує свої зобов'язання приватній компанії. Відмова від публічної інвентаризації завдань може бути відкликаним або остаточним (Meyer-Renschhausen 1996). Регулювання діяльності компанії в обох основних формах моделей приватизації відбувається шляхом створення наглядових рад і призначення керівників в компанії. 3) Змішана форма

приватизації (Mixed form of privatisation): так звана «берлінська модель» – це змішана форма, в якій приватні компанії беруть участь в управлінні муніципального підприємства. Після часткової приватизації Берлінської водної компанії Berlin Water Works (BWB) в 1998 році була обрана модель холдингу, при якій федеральна земля Берліну отримала 50,1% акцій в стратегічному контрольному холдингу Berlinwasser Holding Aktiengesellschaft. Решта 49,9% акцій Berlinwasser Holding Aktiengesellschaft були придбані асоційованою компанією, створеною консорціумом інвесторів. Бізнес-мета холдингу – контроль і подальший розвиток конкурентоспроможного бізнесу і контроль Берлінської водної компанії. Таким чином, правова форма Берлінської водної компанії (компанії з водопостачання), як корпорації, відповідно до публічного права, залишилася незмінною, але конкурентоспроможні види діяльності були виділені і переведені в Berlinwasser Holding Aktiengesellschaft.

Відповідальність за контроль забруднення води і управління поверхневими водами в більшості федеральних земель Німеччини розподілена між деякими регулюючими органами: Вищий орган водного господарства (The superior water authority) (як правило, Міністерство навколишнього середовища), що відповідає за прийняття стратегічних рішень; Верхній, вищий або середній орган з водних ресурсів (The upper, higher or middle water authority), який, як правило, призначається районним комітетам або регіональним органам влади і відповідає за регіональне планування управління водними ресурсами; Нижній водний орган (The lower water authority) (міста, селища, міські і сільські райони, а також офіси управління водними ресурсами), який займається моніторингом, технічним консультуванням і виконавчими функціями.

Німецька Федеральна державна робоча група по воді (The German Federal State Working Group Water (LAWA)), яка була створена для гармонізації федеральних державних законів про воду, складається з представників вищих органів управління водними ресурсами. Федеральні землі також сформували свої робочі групи для координації управління річковими басейнами.

У німецькій моделі муніципальні корпорації і муніципальні комунальні служби є типовими для функціонування систем інфраструктури, необхідних для водопостачання, як і міжмуніципальні установи, які були створені спеціально для цих завдань. Німецька модель функціонує, по суті, без формального зовнішнього регулювання ціни на воду, тарифів або повернення інвестицій. Оскільки мотив отримання прибутку приватного підприємства відсутній, стягуються тільки тарифи на покриття витрат і державні збори за комунальні послуги водопостачання [2; 4; 5; 7].

Отже, всі описані моделі розглядались в залежності від межі регулювання у сфері водопостачання та водовідведення. Від самого сильного державного регулювання за англійською моделлю до самого слабкого регулювання за німецькою моделлю. Специфікою англійської моделі регулювання сфери водопостачання та водовідведення є повна приватна монополія із самим сильним державним регулюванням. В Англії та Уельсі регуляторні органи

встановлюють на певний період верхню межу тарифоутворення для споживача. Ці обмеження дозволяють приватним компаніям – операторам отримувати справедливую норму прибутку. Таким чином держава регулює діяльність приватних монопольних компаній на ринку і забезпечує дотримання принципу прозорості тарифу. Перевага цієї моделі полягає в чіткому розподілі повноважень між регуляторними органами, водокористувачами та контрольованими ними компаніями, а також в чіткому правовому регулюванні (всі питання врегульовано нормативними актами).

Згідно із французькою моделлю регулювання сфери водопостачання та водовідведення відбувається за тимчасовими контрактами між муніципалітетами і приватними компаніями. Контракти включають, як правило, повний пакет послуг від експлуатації водопровідної мережі, фінансування до стратегічного планування. Прибуток приватних компаній може бути обмежений за рахунок конкуренції інших приватних компаній – учасників торгів за контрактами. Тобто конкуренція відбувається під час конкурсних торгів з обрання приватної компанії-оператора, а протягом терміну дії контрактів практично не відбувається ніякої конкуренції. На відміну від англійської моделі, французькі муніципалітети мають вплив на розвиток своїх технічних муніципальних систем. Французька модель регулювання призвела до формування великих вертикально інтегрованих компаній з водопостачання та будівництва, які одночасно виступають в якості операторів систем муніципального водопостачання та водовідведення, а також в якості постачальника відповідних товарів і послуг [2].

Німецька модель не є моделлю регулювання в звичайному сенсі слова «регулювання», оскільки не існує зовнішніх відносин між приватними підприємствами водопостачання та водовідведення і владою. Замість контролю за природними монополістами з боку державних органів, влада впливає на функціонування муніципальних мереж водопостачання та водовідведення через інститут власності, оскільки муніципалітети беруть безпосередню участь в компаніях-постачальниках на правах співвласника. Тому практично не виникає інформаційна асиметрія між державними адміністраціями та приватними компаніями. В тарифній політиці увага приділяється принципам покриття витрат і еквівалентності тарифу в формі зіставлення ціни і якості відповідно до тарифного законодавства. Інші оператори у сфері водопостачання та водовідведення стягують платежі відповідно до приватного права і підлягають антимонопольному контролю цін [2]. Таким чином, всі проаналізовані моделі регулювання у сфері послуг водопостачання та водовідведення мають свої особливості й успішно функціонують у визначених країнах. Інші країни світу, як правило, застосовують або визначені класичні моделі, або їх гібриди.

3. Напрями вдосконалення національного механізму

державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення

Основною метою реформування національної системи державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій на ринку

комунальних послуг було впровадження прозорого та ефективного механізму регулювання діяльності суб'єктів природних монополій. Основними завданнями реформування системи державного регулювання були: визначення концептуальних засад функціонування системи державного регулювання та створення належних умов для розвитку ринку комунальних послуг; розмежування функцій управління та регулювання; визначення органу, уповноваженого здійснювати державне регулювання суб'єктів природних монополій, та межі його відповідальності; забезпечення рівних можливостей для доступу до послуг (товарів), що надаються (виробляються) суб'єктами природних монополій; створення комунікаційної інфраструктури для забезпечення отримання інформації, налагодження тісних зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації. Орієнтирами вдосконаленої системи державного регулювання було обрано підвищення ефективності державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій; надання (вироблення) комунальних послуг належної якості у необхідному обсязі за економічно обґрунтованими цінами і тарифами та адаптацію вітчизняного законодавства до законодавства ЄС [23].

Проте, за період вдосконалення і розвитку вітчизняної системи державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення, її не вдалося ніякою мірою наблизити до європейських систем регулювання. Як переконує аналіз функціонуючих європейських моделей регулювання у сфері водопостачання та водовідведення, процес формування і становлення моделі регулювання здійснювався одночасно із модернізацією системи управління підприємствами водопостачання та водовідведення, чітким розподілом повноважень між регуляторними органами і підприємствами водопостачання та водовідведення, в контексті модернізації системи державного управління, водної політики та забезпечення сталого економічного розвитку країн. Пошуки ефективних моделей управління підприємствами водопостачання та водовідведення та регулювання їх діяльності були зумовлені погіршенням технічного стану підприємств, погіршенням якості надання послуг, відсутністю фінансових можливостей для модернізації основних фондів, фінансовими кризами, від яких потерпали європейські країни, а також взятими зобов'язання щодо виконання вимог законодавства ЄС.

Згідно із Водною Рамковою Директивою «Вода є скоріш не комерційним виробом, як будь-який інший, а спадщиною, яку слід охороняти і захищати, а також слід ставитися до неї як до такої» [15]. Виходячи із визначення води, як суспільного блага, державна політика у сфері водопостачання та водовідведення країн ЄС направлена на те, що надання послуг з водопостачання є діяльністю, що має важливі технічні, економічні, управлінські та регуляторні аспекти – незалежно від того, надаються вони державними або приватними операторами. Однак забезпечення загального права на воду, як суспільне благо, зовсім не означає можливості необмеженого споживання коли переважають екологічні чи економічні фактори. У випадку виробництва послуг водопостачання та водовідведення

вода подібна до «приватного блага», а отже, витрати на надання послуг кінцевим споживачам мають бути відображені у ціноутворенні води, щоб сприяти ефективному рівню споживання та інвестицій в інфраструктуру [1]. Ці основні категорійні поняття відображено у механізмах державного управління у сфері водопостачання та водовідведення країн ЄС, незалежно від того яку модель управління та регулювання у сфері водопостачання та водовідведення обрано.

Національні реформи системи державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення, які було розпочато з 2008 року, характеризується відсутністю стратегічних напрямків розвитку сфери в цілому, безсистемністю, бажанням створення окремого органу державного регулювання з урахуванням загального досвіду розвинутих країн із одночасним збереженням колишніх неефективних механізмів регулювання та управління, заполітизованістю процесів, а також відірваністю від реформ інших сфер управління та регулювання, які мають безпосередній вплив на сферу водопостачання та водовідведення. Тому, на наше переконання, сучасна система державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення потребує вдосконалення через нормативно-правовий, фінансовий та організаційний механізми державного управління, в контексті стратегії розвитку країни, водної галузі та сфери водопостачання та водовідведення.

Проблемні питання механізму державного регулювання, які впливають на стан системи державного регулювання та сфери водопостачання та водовідведення, можна виокремити за такими основними напрямками: організаційні, управлінські, фінансові, правові, кадрові тощо (*перелік напрямків не є вичерпним*). Наприклад, серед проблемних питань організації державного регулювання сфери водопостачання та водовідведення, які потребують вирішення, можна визначити:

1) відсутність державної політики регулювання, орієнтованої на споживача (або формальна орієнтованість без дотримання принципів забезпечення доступності послуг водопостачання та водовідведення, забезпечення якісного обслуговування споживачів за ціною, яка дозволяє постачальникам працювати ефективно);

2) слабку (неефективну) державну політику регулювання відносно захисту інтересів підприємств водопостачання та водовідведення у порівнянні з енергетичними підприємствами. Зокрема, вартість електроенергії для промислових підприємств складає близько 9 євроцентів за кВт/рік, що відповідає середньоєвропейському рівню, в той час коли вартість послуг з водопостачання та водовідведення складає близько 0,6 євро за куб метр, при європейській вартості послуг близько 4 євро. Підприємства з енергопостачання мають можливість перехресного субсидіювання, перекладаючи собівартість електроенергії з населення на промислові підприємства. Підприємства водопостачання та водовідведення такої можливості не мають. Основними споживачами послуг з водопостачання та водовідведення є населення (80%). Згідно із новими

Правилами користування електроенергією промислові підприємства (до яких належать підприємства водопостачання та водовідведення) повинні робити 100% передоплату. Натомість, підприємства водопостачання та водовідведення не мають права вимагати передоплату за свої послуги від промислових підприємств, згідно із діючими Правилами водокористування. Сферу енергетики та комунальних послуг регулює один незалежний орган НКРЕКП. Тарифи на електричну енергію НКРЕКП переглядає щоквартально, враховуючі усі складові. Натомість, тарифи на послуги з водопостачання та водовідведення переглядаються один раз на рік, в них не враховуються зміни собівартості ряду складових, що не залежать від підприємств водопостачання та водовідведення, але впливають на їх діяльність;

3) законодавчу невизначеність правового статусу незалежного державного регулятора НКРЕКП (різновид таких органів влади не визначений Конституцією України). З цього випливає наступна проблема

4) заполітизованість державного регулятора НКРЕКП (і членів Конкурсної комісії з відбору членів НКРЕКП і членів НКРЕКП обирають: Верховна Рада України і Президент України. Президент України призначає і звільняє членів НКРЕКП), що впливає на ефективність роботи регулятора.

Управлінською проблемою є невизначеність державної політики щодо ефективної моделі управління об'єктами водопостачання та водовідведення. Форма управління підприємствами водопостачання та водовідведення, яка превалює в Україні – це пряме комунальне управління. Вибір такої форми пов'язаний із формою власності підприємств, історичними і культурними традиціями. Більшість підприємств водопостачання та водовідведення належать до комунальної форми власності (всі підприємства були утворені за часів УРСР, засновником їх була держава, а в 1991 році рішенням Уряду підприємства були передані до органів місцевого самоврядування). Мережі водопостачання та водовідведення перебувають у комунальній чи державній власності і не можуть бути приватизовані. Пряма заборона приватизації встановлена Законом України «Про приватизацію державного і комунального майна» [20]. Станом на 30.11.2018 р. кількість суб'єктів з централізованого водопостачання та водовідведення становила 2224 од., з яких 75% належать до комунальної власності. Найбільшими суб'єктами з централізованого водопостачання та водовідведення на ринку є ПрАТ «АК «Київводоканал» управління яким здійснюється за моделлю делегованого комунального управління (*підприємство у формі акціонерного товариства, контрольний пакет акцій якого знаходиться у власності муніципалітету міста Києва*) та Філія «Інфоксводоканал» (*цілісний майновий комплекс комунального підприємства «Одесводоканал» було передано в оренду на 49 років ТОВ «Інфокс» (філія «Інфоксводоканал») з умовою щорічного інвестування до 2020 року не менше 500 млн.грн.*) [9].

Слід зазначити, що незалежно від моделі управління, всі підприємства водопостачання та водовідведення мають спільні проблеми, як-то: потреба в інвестиціях, значні витрати, зношеність основних фондів, якість послуг,

вартість і доступність послуг, платоспроможність споживачів, вплив на навколишнє середовище, тощо.

Головною фінансовою проблемою державного регулювання є тарифне регулювання, оскільки фактором, що впливає на розмір виручки від реалізації послуг з централізованого водопостачання та водовідведення є встановлення тарифів на послуги. Зокрема, на практиці підприємства водопостачання та водовідведення постійно стикаються з проблемами реалізації тарифної політики, які безпосередньо впливають на рівень фінансового стану підприємств та ефективність їх діяльності:

1) економічна необґрунтованість тарифів. Рівень покриття діючими тарифами фактичної собівартості послуг (без урахування інвестиційної складової) в середньому складає 60%–70%;

2) складна процедура перегляду і коригування тарифів. Нерегулярність перегляду тарифу. Тарифи на послуги для населення переглядаються рідше, ніж зростає вартість ресурсів, витрати на які займають найбільшу питому вагу в структурі собівартості послуг – електроенергії та оплати праці, тощо. Тобто несинхронний перегляд цін і тарифів на супутні товари і послуги, що використовуються в діяльності підприємств водопостачання і водовідведення і впливають на структуру тарифу. Несвоєчасність встановлення тарифів обумовлює значну невідповідність цін і тарифів на інші складові вартості послуг водопостачання та водовідведення: хімічні реагенти для знезараження води та стоків, паливно-мастильні матеріали, матеріали для проведення аварійно-відновлювальних робіт. Лише з липня 2018 року відбулося значне зростання вартості хлору – основного реагенту для знезараження питної води – на 193% (зростання витрат по одному підприємству на 48 млн грн). Ці збитки тарифами не відшкодовуються. Щодо підприємств, діяльність яких регулюється органами місцевого самоврядування: перегляд і коригування тарифів затягуються в часі із-за супроводжуваних процедур погодження та оприлюднення. Зокрема, відповідно до наказу Мінрегіонбуду від 30.07.2012 р. № 390 «Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про перелік житлово-комунальних послуг, структуру цін/тарифів, зміну цін/тарифів з обґрунтуванням її необхідності та про врахування відповідної позиції територіальних громад» підприємства (діяльність яких регулюється органами місцевого самоврядування) зобов'язані інформувати про намір здійснити перегляд чи коригування тарифів на послуги для споживачів в засобах масової інформації протягом 14 календарних днів. У разі відсутності зауважень від юридичних та фізичних осіб, підприємство подає пакет документів про перегляд тарифів до регулятора – органу місцевого самоврядування. У разі наявності зауважень має бути дотримана процедура їх реєстрації, розгляду, опрацювання та надання обґрунтованих відповідей, що потребує часу. Крім того, правомірність встановлення тарифу перевіряє територіальне відділення Антимонопольного комітету. Процедура затягується в часі;

3) проблеми щодо покриття кредитів Міжнародних фінансових установ, які отримали підприємства водопостачання та водовідведення в рамках міжнародних угод. Встановлення тарифів – довготривалий процес (мінімальний термін 7 місяців з моменту подачі документів). Джерелом погашення кредитів є тариф на послуги. Як правило, НКРЕКП та/або орган місцевого самоврядування є стороною субкредитних угод, в яких бере на себе зобов'язання забезпечувати тариф з відповідним рівнем покриття витрат підприємства, в т.ч. на погашення кредиту. Проте, по факту, регулятор встановлює умови для підприємств, за яких кредитні зобов'язання виконати нереально в часі. А за несвоєчасне погашення кредиту передбачено відповідальність у вигляді пені;

4) неврегульованість питання державної компенсації різниці в тарифах. Передбачена законодавством різниця в тарифах компенсувалась державою лише до 2016 року, причому несвоєчасно та не в повному обсязі. Підприємства водопостачання та водовідведення мають мільярдні суми непогашеної заборгованості з різниці в тарифах, підтверджені територіальними комісіями;

5) неефективність виконання інвестиційних програм. У підприємств водопостачання та водовідведення існує реальна проблема в реалізації інвестиційних програм – нестача коштів. При складанні інвестиційних програм підприємства пріоритет надається заходам, спрямованим на зниження енергоспоживання об'єктів, підвищення надійності водопостачання і водовідведення, відновлення експлуатаційних характеристик замортизованого обладнання і мереж, виходячи із складених раніше планів на виконання державних і регіональних програм тощо. Але, через повільне коригування регулятором тарифів на послуги водопостачання і водовідведення, підприємство не в змозі робити це постійно (наприклад, після збільшення тарифів на електроенергію, яка за 2018 рік збільшувалась 5 разів, тариф на воду і стоки коригувався за 2018 рік лише один раз). Це приводить автоматично до нестачі коштів, в тому числі і на виконання інвестиційних програм;

6) формування регулятором планової вартості послуг на базі фактичних витрат попередніх періодів. Витрати, пов'язані з використанням електроенергії для технологічних потреб визначаються без урахування норм питомих витрат паливно-енергетичних ресурсів, встановлених відповідно до галузевих нормативів та вимог законодавства. При формуванні тарифів на централізоване водопостачання та водовідведення витрати на електроенергію приймаються регулятором на рівні фактичного споживання електроенергії за попередній до планового року та тарифів, що діяли на момент розрахунку з урахуванням прогнозного індексу цін виробників промислової продукції, який складає у середньому близько 5%. Що по факту, не відповідає дійсності. Зокрема, фактично тарифи на електроенергію у 2018 році зросли: за першим класом споживання – на 16%, за другим класом – на 15%. Згідно із даними Держстату України індекс цін виробників у 2018 році становив 14,3% [12].

До правової проблеми державного регулювання можна віднести недосконалість нормативно-правової бази і відсутність важливих нормативно-правових актів. Зокрема:

1) відсутність Стратегії розвитку сфери водопостачання та водовідведення. Сформована державна політика у сфері водопостачання та водовідведення має бути переглянута з урахуванням недоліків, виявлених в процесі реалізації державних програм за 20 років реформування галузі, а також з урахуванням сучасних проблем галузі. Крім того, державна політика має охоплювати не тільки сферу питної води та питного водопостачання, а й водовідведення, що є не менш важливою складовою сфери, і фактично регламентується державною політикою, але потребує належного унормування;

2) невідповідність норм права в Законах України «Про житлово-комунальні послуги» та «Про питну воду, питне водопостачання і водовідведення» (в частині можливості відключення споживачів від водопостачання у разі несплати. Закон України «Про житлово-комунальні послуги» дозволяє припиняти надання послуги, а Закон України «Про питну воду, питне водопостачання і водовідведення» – забороняє);

3) відсутність адекватних норм щодо відповідальності за порушення правил, порядків, норм у сфері водопостачання та водовідведення. Закон України «Про питну воду, питне водопостачання і водовідведення» містить формальні норми щодо відповідальності, які не будуть виконані, оскільки не відповідають об'єктивним вимогам;

4) мета і принципи політики державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення в Законах України «Про питну воду, питне водопостачання і водовідведення» та «Про державне регулювання у сфері комунальних послуг» не відповідають об'єктивним вимогам і не врегульовують важливих питань, що впливають на стан галузі. Зокрема, поза зоною прямого регулювання залишається захист прав споживачів і механізми його реалізації, доступність послуг, надання якісних послуг і підвищення якості послуг; не врегульовано питання безпечного водопостачання, управління ризиками у сфері водопостачання та водовідведення, управління якістю тощо;

5) подвійне утримання комісійної винагороди за приймання платежів від споживачів. Постановою Кабінету Міністрів України від 01.06.2011 № 869 «Про забезпечення єдиного підходу до формування тарифів на житлово-комунальні послуги», у складі витрат на збут передбачено витрати на оплату послуг банків та інших установ з приймання і перерахування коштів споживачів, Порядком формування тарифів на централізоване водопостачання та водовідведення, затвердженим постановою Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг, від 10.03.2016 № 302, у складі витрат на збут передбачено витрати на оплату послуг банків та інших установ з приймання і перерахування коштів споживачів за послуги з централізованого водопостачання та/або водовідведення. Разом з тим, банківські установи при оплаті за квитанціями

стягують зі споживачів послуг комісію за банківські операції. Тобто, споживач незаконно сплачує подвійну комісію. Проблема полягає в тому, що НКРЕКП є державним регулятором у сфері комунальних послуг, НБУ – державним регулятором у сфері банківських послуг і їх відомчі нормативні акти не врегульовані між собою. Тобто на рівні Кабінету Міністрів України, НБУ, НКРЕКП має бути прийнятий окремий порядок врегулювання цього питання, введена альтернативна процедура оплати послуг з уникненням подвійного утримання комісії;

6) відсутність механізму правового регулювання тимчасового погодження скиду стічних вод з відхиленнями під час реконструкції очисних споруд. В період реконструкції на діючих очисних споруд каналізації водоканалу, очисні споруди фізично не можуть працювати повноцінно. Відповідно можливі відхилення якості стічної води від ГДС по окремим показникам. В такому випадку підприємства водопостачання та водовідведення отримують серйозні штрафи за порушення природоохоронного законодавства;

7) складність процедур публічних закупівель, що розповсюджуються в обов'язковому порядку на підприємства водопостачання та водовідведення. Зокрема, в Законі України «Про публічні закупівлі» не визначені виключення із правил публічних закупівель для підприємств водопостачання та водовідведення у разі аварій, надзвичайних подій тощо;

8) відсутність логічної зрозумілої системи правового регулювання державно-приватного партнерства (неузгодженість між законами «Про державно-приватне партнерство», «Про концесії», «Про особливості передачі в оренду чи концесію об'єктів у сферах теплопостачання, водопостачання та водовідведення, що перебувають у комунальній власності»); тощо.

Удосконалення механізмів державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення полягає у вирішенні всіх зазначених проблем.

Висновок. Враховуючи викладене, слід зазначити, що характер функціонування сфери водопостачання та водовідведення, її особливості і проблеми, потребують врахування довгострокового розвитку сфери при прийнятті рішень. Державна політика у сфері водопостачання та водовідведення визначена, але не сформульована в рамках спеціального національного стратегічного документа. Основні довгострокові цілі та пріоритети розвитку сфери водопостачання та водовідведення мають бути визначені у відповідній стратегії розвитку сфери водопостачання та водовідведення, яка має встановлювати нормативні, інституційні, економічні пріоритети розвитку.

Інституційна структура відносин у сфері водопостачання та водовідведення має бути взаємовигідною для всіх суб'єктів сфери. Модель управління та регулювання у сфері водопостачання та водовідведення має визначатись з урахуванням захисту прав споживачів, якісного водопостачання та водовідведення та захисту навколишнього середовища. На нашу думку, незалежно від вибору моделі управління, право власності на

об'єкти водопостачання та водовідведення має належати органам місцевого самоврядування, завданням яких є забезпечення послугами з водопостачання та водовідведення населення територіальної громади. При цьому, важливо щоб населення (споживачі) мало можливість впливати на рішення органів місцевого самоврядування та державну політику у сфері водопостачання та водовідведення. Для цього населення має бути проінформовано належним чином та мати можливість зворотного зв'язку із органами влади. Відповідно мають бути розроблені механізми контролю та моніторингу у сфері водопостачання та водовідведення, механізми захисту прав споживачів.

Як показує світовий досвід, регулювання сфери водопостачання та водовідведення може здійснюватися різними методами: встановлення «правил гри» на ринку послуг; ліцензування; дозвільні документи; регулювання прибутків; тарифне регулювання; оподаткування; субсидування; штрафні санкції тощо, та різними регулюючими органами, але головне завдання регулюючих органів – забезпечити найбільш економічно ефективний спосіб функціонування сфери водопостачання та водовідведення, забезпечити захист прав підприємств водопостачання та водовідведення і споживачів послуг.

Із закордонного досвіду можна взяти вектори державного регулювання сфери, які направлені на врегулювання ринку з метою захисту прав споживачів, підвищення якості послуг та якості питної води, захисту довкілля і джерел водопостачання тощо. В такому випадку, ефективність державного регулювання у сфері водопостачання та водовідведення в значній мірі буде зумовлена рівнем забезпечення суспільного добробуту, що матиме прояв в удосконаленні формування та використання фінансових ресурсів господарських суб'єктів та підвищенні рівня наданих послуг.

Список використаних джерел:

1. Affordability in European water system. Report completed by WAREG. 2017. URL: file:///C:/Users/original/Downloads/Affordability_in_European_Water_Systems_(2).pdf (дата звернення: 15.04.2019).
2. Johan Wackerbauer, 2006. The regulation and privatization of the public water supply and the resulting competitive effects. URL: <https://www.cesifo-group.de/DocDL/dicereport406-rr2.pdf> (дата звернення 15.04.2019).
3. OFWAT. The economic regulator of the water sector in England and Wales. URL: <https://www.ofwat.gov.uk/> (дата звернення 15.04.2019).
4. R. Andreas Kraemer. Public and private management of water services. 4th National Congress on Water Resources Portuguese Water Resources Association Lisbon, 1998. URL: https://www.academia.edu/-24251679/Public_and_Private_Management_of_Water_Services. (дата звернення 15.04.2019).
5. The governance of water services in Europe. URL: <http://www.eureau.org/resources/publications/150-report-on-the-governance-of-water-services-in-europe/file>. (дата звернення 15.04.2019).
6. The regulation of infrastructure facilities and services: The principles. URL: https://www.unescap.org/sites/default/files/econreg_chI.pdf. (дата звернення 15.04.2019).
7. Water Sector Regulation. World Bank Group. URL: <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/sector/water-sanitation/laws-regulations>. (дата звернення 15.04.2019).

8. Енциклопедичний словник з державного управління. За редакцією Ковбасюка Ю.В., Трощинського В.П., Сурміна Ю.П. – К.: НАДУ, 2010. URL: <http://e-lib.academy.gov.ua> (дата звернення: 15.04.2019).
9. Звіт АМКУ за 2018 рік. База даних: «Офіційний сайт АМКУ». URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/148142> (дата звернення: 15.04.2019).
10. Звіт про результати діяльності НКРЕКП у 2018 р. База даних: «Офіційний сайт НКРЕКП». URL: <http://www.nerc.gov.ua/?id=39678> (дата звернення: 15.04.2019).
11. Иванов В.А. Мировой опыт управления водопроводно-канализационным хозяйством. Учебное пособие Издательство Института экономики и управления ФГБОУ ВПО «УдГУ». – Ижевск, 2013 – 80 с.
12. Индекси цін виробників промислової продукції. База даних: «Держстат України». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/-ct/icv_pm/icv_pm_u/arh_icv_pm2018_u.html (дата звернення: 15.04.2019).
13. Карлос А. Чавез, Мигель А. Кирога. Схемы регулирования в сфере водоснабжения в теории и на практике // Справочно-информационный документ. Вторая встреча по проведению реформы тарифов в рамках реформирования сектора городского водоснабжения в ННГ, – М., 2002.
14. Королькова Е.И. Естественная монополия: конкуренция и регулирование. Лекционные и методические материалы // Экономический журнал ВШЭ. – 2000. – № 2. – С 235-273.
15. Про встановлення рамок діяльності Співтовариства в галузі водної політики: Директива 2000/60/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 23.10.2000 р. База даних: «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/-show/994_962 (дата звернення: 15.04.2019).
16. Про державне регулювання у сфері комунальних послуг: Закон від 09.07.2010 № 2479-VI. База даних «Законодавство України». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2479-17> (дата звернення: 15.04.2019).
17. Про Загальнодержавну цільову програму «Питна вода України» на 2006-2020 роки: Закон від 03.03.2005 № 2455-IV. База даних «Законодавство України». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2455-15/ed20050303> (дата звернення: 15.04.2019).
18. Про Концепцію вдосконалення державного регулювання природних монополій: Указ Президента України від 27.09.2007 № 921/2007. База даних: «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/921/2007> (дата звернення: 15.04.2019).
19. Про питну воду, питне водопостачання та водовідведення: Закон від 10.01.2012 р. № 2918-III. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2918-14> (дата звернення: 15.04.2019).
20. Про приватизацію державного і комунального майна: Закон України від 18.01.2018 № 2269-VIII. База даних: «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2269-19> (дата звернення: 15.04.2019).
21. Про природні монополії: Закон від 20.04.2000 № 1682-III. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/-laws/show/1682-14> (дата звернення: 15.04.2019).
22. Про результати аудиту виконання завдань і заходів, передбачених Загальнодержавною цільовою програмою «Питна вода України» на 2011-2020 роки. Рішення Рахункової палати України від 09.02.2016 року № 2-1. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog-/document/16748257/R_RP_21.pdf?-subportal=main (дата звернення: 15.04.2019).
23. Про схвалення Концепції розвитку системи державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій на ринку комунальних послуг: розпорядження Кабінету Міністрів України від 09.07.2008 № 932-р. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/932-2008-%D1%80> (дата звернення: 15.04.2019).

Макаров В.М.

*кандидат технічних наук,
завідувач відділу оптимізації розвитку паливних баз
Інституту загальної енергетики
Національної академії наук України*

Макортецький М.М.

*молодший науковий співробітник
відділу оптимізації розвитку паливних баз
Інституту загальної енергетики
Національної академії наук України*

Перов М.О.

*науковий співробітник відділу оптимізації
розвитку паливних баз
Інституту загальної енергетики
Національної академії наук України*

МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ ВУГІЛЬНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ ІЗ ВРАХУВАННЯМ ЕКОЛОГІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ

Анотація

Якість та обсяг вугільної продукції яке постачається вітчизняними шахтами та збагачувальними фабриками з певними теплофізичними властивостями повинно відповідати проектним показникам роботи ТЕС. Запропоновано математичну модель оптимізації забезпечення електроенергетики України вугільною продукцією. При цьому головною умовою функціонування об'єктів теплової генерації, зокрема ТЕС України, є мінімальні річні обсяги фінансових витрат. При цьому, враховуються жорсткі вимоги до охорони довкілля згідно нормативної бази країн членів ЄС. Модель дозволяє виконувати розрахунки обсягів постачання вугільної продукції необхідного типу. В моделі враховані прогнозні показники якості вугільної продукції, прогнозні ціни світового ринку та європейське екологічне законодавство щодо охорони довкілля при експлуатації теплових станцій великої потужності. Економіко-математична модель дозволяє обчислювати витрати палива на ТЕС, виходячи з прогнозу виробленої електроенергії і відповідні фізичні обсяги викидів забруднювачів до та після модернізації котлів очисним обладнанням. Економічний блок моделі дозволяє обчислити витрати на закупівлю вугільної продукції, вартість очисного обладнання для уловлювання шкідливих забруднювачів повітря, суму податків на викиди від забруднювачів атмосфери твердими частинками, оксидами азоту та сірки. Розрахунки, в разі необхідності і наявності достовірної вхідної інформації, можуть бути проведені з часовим лагом в один рік.

Вступ. Очікувані тенденції в паливозабезпеченні вугільних електроенергетичних підприємств України (ВЕГП) вугільною продукцією, орієнтовані на підвищення ролі вугілля на ВЕГП і посилення екологічних вимог, зумовлюють по-перше – необхідність змін у технологічній структурі виробництва електроенергії, по-друге – підвищення споживчої якості вугільної продукції. Забезпечення ВЕГП вугільною продукцією потрібної якості є важливим фактором як з точки зору енергетичної незалежності та безпеки держави, так і покращення екологічної ситуації в цілому. Слід зауважити, що спалювання вугілля на ТЕС, зокрема його якісні властивості та відсутність досконалих або застарілих устроїв уловлювання шкідливих речовин негативно впливає на довкілля шахтарських регіонів і країни в цілому. Враховуючи гірничо-геологічні умови видобування вугілля вітчизняними шахтами можна стверджувати, що спостерігається стійка тенденції до зростання зольності видобутого вугілля в середньому на 0,5–1,1% на рік.

Структура формування обсягів вугільної продукції, яка надходить на ТЕС складається з рядового вугілля видобутого шахтами і відвантаженого споживачам, та вугільної продукції, яка переробляється на збагачувальних фабриках. Структура продукції за своїми фізико-хімічними властивостями різноманітна і ці відмінності залежать не тільки від технології переробки вугілля на фабриках, а значною мірою від технологічних особливостей видобутку вугілля кожної шахти. В той же час об'єкти теплової генерації зацікавлені в отриманні вугілля з певними хімічними властивостями за прийнятну ціну. Як правило, запаси вугільної продукції які концентруються на складах ТЕС, формуються за рахунок обсягів, що надходять з декількох вугільних підприємств і збагачувальних фабрик, з якими укладено спеціальні угоди (контракти) на поставку. Загальна вартість цих поставок обчислюється відповідно до встановленої базової ціни, яка переглядається щорічно і враховує знижки і надбавки за якість вугілля та його транспортування.

Прагнення України до інтеграційних процесів з країнами Західної Європи неминуче буде супроводжуватись запровадженням більш жорстких екологічних вимог до функціонування підприємств, що видобувають, переробляють та споживають вугілля. Тому дослідження з оптимізації структури вугільної продукції різного технологічного призначення (зокрема для ВЕГП) за її якістю із врахуванням показників якості власних запасів і імпортованого вугілля, нинішніх і перспективних вимог споживачів теплової генерації із врахуванням екологічних обмежень наразі є актуальним.

Питанням надійності забезпечення та ефективності використання паливних ресурсів на енергетичних об'єктах присвячено зокрема роботи Г.Л. Краснянського [1] та ін.

Питанням визначення структури вуглепостачання для вітчизняних ВЕГП присвячені роботи, виконані у т.ч. в Інституті загальної енергетики НАН України [2; 3].

Метою даного дослідження є розроблення математичної моделі постачання вугільної продукції для ВЕГП в умовах можливих імпорتنних поставок та продукції власного виробництва при мінімальних фінансових витратах за певних рівнях встановлених екологічних обмежень.

1. Математична модель постачання вугільної продукції для ВЕГП

Дана модель поширюється на стаціонарні сталі режими роботи устаткування ВЕГП і не стосується пуско-зупинних та перехідних режимів і експлуатаційного обслуговування.

Загальна вартість вугільної продукції, що поступає на ВЕГП, обчислюється відповідно до встановленої базової ціни на вугільну продукцію із врахуванням теплофізичних характеристик її складових, а також знижок і надбавок за якість відпущеного рядового і збагаченого вугілля, та транспортної складової, що можна виразити формулою [2]:

$$S = \sum_{k=1}^G \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sum_{l=1}^L s_{ijl}^k x_{ijl}^k, \quad (1)$$

де: S – загальна вартість вугільної продукції на всіх ВЕГП України, грн;

G – кількість ВЕГП;

N – кількість постачальників вугільної продукції на k -ту ВЕГП;

M – кількість марок енергетичного вугілля;

L – кількість видів вугільної продукції (рядове вугілля, що відвантажується споживачам, та продукти переробки на збагачувальних фабриках: концентрат, промпродукт, відсів, шлам);

s_{ijl}^k – ціна 1 т готової вугільної продукції, грн/т;

x_{ijl}^k – обсяги готової вугільної продукції, т.

Як бачимо з (1), загальна вартість вугільної продукції S залежить від обсягів, отриманих від постачальників, і оптової ціни на цю продукцію, яка, в свою чергу, в значній мірі залежить від її показників якості, тобто

$$s_{ijl}^k = f(A_{ijl}^k, W_{ijl}^k), \quad (2)$$

де A_{ijl}^k і W_{ijl}^k – процент зольності і вологи в компонентах вугільної продукції відповідно.

Крім того, на ефективність роботи ВЕГП в значній мірі впливають витрати пов'язані з екологічними обмеженнями, що випливають з вимог кіотського протоколу. Тому в рівнянні (1) необхідно враховувати і фінансові витрати у вигляді податків за обсяги викидів в атмосферу шкідливих речовин, що утворюються в результаті спалювання на ВЕГП вугільної продукції, а також витрати на установку газоочисного обладнання, які пропорційні електричній потужності ВЕГП і залежать від рівня очистки викидів (табл. 6), тобто математичну модель забезпечення ВЕГП вугільною продукцією із заданими теплофізичними властивостями при мінімальних загальних витратах (S) можна сформулювати таким чином:

$$S = \min \sum_{k=1}^G \{ \Omega^k \sum_{m=1}^H d^{mk} + \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sum_{l=1}^L [s_{ijl}^k x_{ijl}^k + \sum_{m=1}^H (c^m z^{mk})] \}, \quad (3)$$

при обмеженнях:

–на середньозважену калорійність запасів палива кожного ВЕГП

$$\delta^k q_p^k \leq \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sum_{l=1}^L q_{ijl} x_{ijl}^k / \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sum_{l=1}^L x_{ijl}^k \leq q_p^k; k = 1, \dots, G; \quad (4)$$

–на потенційні можливості постачальників

$$\sum_{k=1}^G x_{ijl}^k \leq X_{ijl}; i = 1, \dots, N_k; j = 1, \dots, M; l = 1, \dots, L; \quad (5)$$

–на загальні обсяги потреб вугільної продукції кожного ВЕГП

$$\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sum_{l=1}^L \bar{x}_{ijl}^k \geq \bar{X}^k; k = 1, \dots, G; \quad (6)$$

–на обсяги m -ного викиду шкідливої речовини на k -тому ВЕГП

$$\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \sum_{l=1}^L z_{ijl}^{mk} < Z^{mk}; m = 1, \dots, H, \quad (7)$$

де: c^m – питома вартість податку за обсяги m -го викиду в атмосферу, грн/т;

z_{ijl}^{mk} – обсяги викидів шкідливих речовин;

H – кількість видів шкідливих речовин;

$d^{mk} = \eta^{mk} d_0^{mk}$ – питома вартість очисного обладнання для m -ного викиду k -того ВЕГП, грн./кВт. Величина d_0^{mk} – максимально допустима величина питомої вартості очистки; η^{mk} – змінна величина, що характеризує глибину очистки встановленого обладнання від викидів шкідливих речовин, $0 \leq \eta^{mk} \leq 1$;

Ω^{mk} – електрична потужність k -того ВЕГП, мВт;

\bar{x}_{ijl}^k – обсяги вугільної продукції в перерахунку на умовне паливо, тобто

$$\bar{x}_{ijl}^k = q_{ijl} x_{ijl}^k / Q_u;$$

q_p^k – проектне для k -того ВЕГП значення нижньої теплоти згорання палива, ккал/кг. Верхнє обмеження калорійності палива величиною q_p^k пов'язане з безпекою котлів, термін експлуатації яких на ВЕГП України досить значний; δ^k – стала величина, яка встановлює нижню межу калорійності палива для k -того ВЕГП, $\delta^k < 1$.

Вугільний еквівалент Q_u для перерахунку натурального палива в умовне дорівнює величині 7000 ккал/кг або 29,33 МДж/кг.

Калорійність вугільної продукції в обмеженні (4) обчислюється за формулою [4]:

$$\begin{cases} q_{ijl} = q_{ijl}^{daf} (1 - A_{ijk}^d)(1 - W_{ijl}^{tr}) - 2,442[W_{ijl}^{tr} + k_{ijl}(1 - A_{ijl}^d)(1 - W_{ijl}^{tr})] \\ i = 1, \dots, N_k; j = 1, \dots, M; l = 1, \dots, L \end{cases}, \quad (8)$$

де: q_{ijl} – питома теплота згорання вугільної продукції, ккал/кг;

q_j^{daf} – середні значення вищої теплоти згорання на сухий беззолний стан палива, ккал/кг;

k_{ijl} – коефіцієнт, що враховує вміст водню у вугіллі (усереднені значення: 0,46 для бурого і кам'яного вугілля крім антрациту і 0,21 для антрациту).

Розв'язок задачі (3) – (6) забезпечує оптимальну структуру запасів палива енергогенеруючої галузі країни з допустимими параметрами якості при мінімальних фінансових витратах.

2. Методи розрахунків обсягів шкідливих речовин

Основні види викидів, що надходять в атмосферу від спалювання вугільного палива на ВЕГП, це оксид вуглецю, діоксид азоту, діоксид сірки, бенз(а)пірен, пил (тверді частинки), вуглекислий газ. Для обчислення їх використані матеріали робіт [5–10], де детально описані методи розрахунків обсягів вказаних шкідливих речовин, маємо:

а) маса викидів оксиду вуглецю z^{1k} (т/рік) обчислюється за формулою [5]:

$$z^{1k} = 0,001(1 - \eta^{1k})x^k K_{co} Q^k; k = 1, \dots, G, \quad (9)$$

де: x^k – розрахункова витрата палива, т/рік;

Q^k – нижча теплота згорання палива, МДж/кг;

K_{co} – коефіцієнт, що характеризує викид оксиду вуглецю на 1 ГДж теплоти, кг/ГДж.

б) масу викидів оксидів азоту z^{2k} (т/рік) розраховано за питомими викидами або по концентрації оксидів азоту [5, 6]:

$$z^{2k} = (1 - \eta^{2k})x^k K_{NO_2} Q^k; k = 1, \dots, G, \quad (10)$$

де: x^k – розрахункова витрата палива, т/рік;

Q^k – теплота згорання палива, МДж/кг;

K_{NO_2} – питомий викид оксидів азоту в перерахунку на NO_2 , кг/ГДж;

Вихідні дані, необхідні для розрахунку питомих викидів:

\bar{N}^k – вміст азоту в паливі, у відсотках на робочу масу;

тип пальників (вихрові, прямоточні, з подачею пилу високої концентрації);

α_G – коефіцієнт надлишку повітря в пальниках;

α_1 – частка первинного повітря по відношенню до теоретично необхідного;

r_G – ступінь рециркуляції димових газів через пальники, %;

W_2/W_1 , – відношення швидкостей у вихідному перерізі пальників; W_2/W_1 можна прийняти 1,4–2,0;

$\Delta\alpha_T$ – присоси повітря в топку; приймається до 0,1;

T'_{AG} – температура за зоною активності горіння, К.

Питомі викиди оксидів азоту K_{NO_2} (г/МДж) складаються з паливних $K_{NO_2}^{PLV}$ і повітряних $K_{NO_2}^{PVT}$ оксидів азоту:

$$K_{NO_2} = K_{NO_2}^{PLV} + K_{NO_2}^{PVT}. \quad (11)$$

Паливні оксиди азоту підраховують за формулою:

$$K_{NO_2}^{PLV} = 0.7 \cdot N_{ijl}^k \cdot \beta_{\alpha_G} \cdot \beta_{\alpha_1} \cdot \beta_{r_G} \cdot \beta_{\vartheta} \cdot \beta_{CM}, \quad (12)$$

де N^k – вміст азоту в паливі, г/МДж

$$N^k = 10 \overline{N}^k / Q^k, \quad (13)$$

значення коефіцієнтів β у формулі (12) наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку питомих викидів

Фактор, який враховується коефіцієнтом	Залежність	Діапазон придатності залежності
Вплив коефіцієнта надлишку повітря в прямоточному пальнику β_{α_G}	$(0,53 \alpha_G + 0.4)^2$	$0.9 \leq \alpha_G \leq 1.3$
Вплив частки первинного повітря в пальнику β_{α_1}	$1.73 \alpha_G + 0.48$	$0.15 \leq \alpha_G \leq 0.55$
Вплив рециркуляції димових газів в первинному повітрі (без врахування зниження температури в зоні активного горіння) β_{r_G}	$1 - 0.016 \sqrt{r_G}$	$0 \leq r_G \leq 30\%$
Вплив максимальної температури на ділянці утворення паливних оксидів азоту β_{ϑ} .	$0.11 \sqrt{T'_{AG} - 1100}$	$1250 \leq r_G \leq 2050 \text{ K}$
Вплив сумішоутворення в корені факелу вихрових пальників β_{CM} .	$0.4 \left(W_2 / W_1 \right)^2 + 0.32$	$1.0 \leq W_2 / W_1 \leq 1.6$
Вплив сумішоутворення в корені факелу прямоточних пальників β_{CM} .	$0.98 \cdot W_2 / W_1 - 0.47$	$1.4 \leq W_2 / W_1 \leq 4,0$

Для підрахунку повітряних оксидів азоту використовують залежність, що враховує рівняння Зельдовича [6]:

$$K_{NO_2}^{PVT} = 1.54 \cdot 10^{16} \cdot \sqrt{\frac{\alpha''_{AG} - 1}{\alpha''_{AG}}} \cdot e^{-\frac{6700}{T'_{AG} / T'_{AG}}}, \quad (14)$$

де: α''_{AG} – коефіцієнт надлишку повітря в зоні активного горіння, умовно приймається як сума повітря, що подається через пальники і присоси через нижню частину топкової камери, тобто

$$\alpha''_{AG} = \alpha_G + 0.5 \Delta \alpha_T; \quad (15)$$

T'_{AG} – температура на виході із зони активного горіння, К.

Рівняння (15) справедливе в діапазоні коефіцієнтів надлишку повітря $1,05 \leq \alpha''_{AG} \leq 1,4$ і до температури $T'_{AG} = 2050 \text{ K}$. При температурі меншій за 1800 K величиною $K_{NO_2}^{PVT}$ можна знехтувати.

в) сумарна кількість оксидів сірки z^{3k} , що викидаються в атмосферу з димовими газами (г/с, т/рік), обчислюють за формулою [5; 7]:

$$z^{3k} = 0.02x^k s^k (1 - \varepsilon'_{SO_2})(1 - \varepsilon''_{SO_2}); k = 1, \dots, G, \quad (16)$$

де: x^k – витрата натурального палива за аналізований період, г/с (т/рік);

s^k – вміст сірки в паливі на робочу масу, %;

ε'_{SO_2} – частка оксидів сірки, що пов'язуються летючої золою в котлоагрегаті;

ε''_{SO_2} – частка оксидів сірки, що вловлюються в мокрому золоуловлювачі водночас із уловлюванням твердих частинок.

Орієнтовні значення ε'_{SO_2} при спалюванні вугілля наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Орієнтовні значення ε'_{SO_2} при спалюванні вугілля

Паливо	ε'_{SO_2}
Кам'яне вугілля:	
– для топок з твердим шлаковидаленням	0,2
– для топок з рідким шлаковидаленням	0,05

Частка оксидів сірки (ε''_{SO_2}), що вловлюються в сухих пиловловлювачах, приймається рівною нулю.

г) викид бенз(а)пірену, що надходить в атмосферу з димовими газами, т/рік (г/с) розраховується за рівнянням [8]:

$$z^{4k} = (1 - \eta^{4k}) C_{BP} V_R x^k K_P; k = 1, \dots, G, \quad (17)$$

де: C_{BP} – масова концентрація бенз(а)пірену в сухих димових газах при стандартному коефіцієнті надлишку повітря $\alpha'_T = 1,4$ і нормальних умовах ($T = 273 \text{ K}$, $P = 101,3 \text{ кПа}$), мг/нм³ (Мг/м³);

V_R – обсяг сухих димових газів, що утворюються при повному згоранні (при $\alpha'_T = 1,4$), нм³/кг (нм³/нм³);

K_P – коефіцієнт перерахунку (при визначенні викидів в м/с $K_P = 0,278 \cdot 10^3$; при визначенні викидів в т/рік $K_P = 10^6$).

Концентрація бенз(а)пірену C_{BP} (мкг/м³) приведена до надлишку повітря ($\alpha'_T = 1,4$), визначається за формулою:

$$C_{BP} = \frac{AQ_i^r}{e^{1.5\alpha'_T}} K_d K_z, \quad (18)$$

де: A – коефіцієнт, що характеризує тип колосникової решітки і вид палива, для вугілля приймається рівним 2,5;

Q_i^r – нижча теплота згорання палива, МДж/кг;

α'_T – надлишок повітря в газах, приймається рівним 1,4;

K_d – коефіцієнт, що враховує навантаження котла, тобто $K_d = \left(\frac{D_H}{D_\Phi}\right)^{12}$, де D_H і D_Φ , відповідно, номінальне і фактичне навантаження котла, кг/с;

K_z – коефіцієнт, що враховує ступінь вловлювання бенз(а)пірену золоуловлювачами, тобто $K_z = 1 - \eta_{zy}z$, де η_{zy} – ступінь очищення газів у золоуловлювачі по золі, %, а z – коефіцієнт, що враховує зниження здібності уловлювання золоуловлювачем бенз(а)пірену і дорівнює 0,8 і 0,9, відповідно для сухих і мокрих золоуловлювачів.

д) сумарна кількість твердих частинок z^{5k} , що надходять в атмосферу з димовими газами котлів обчислюється за формулою [5; 7]

$$z^{5k} = 0,01(1 - \eta^{5k})x^k \left(a_{yh}A^k + q_4 \frac{Q_{ijl}^k}{32,68} \right); k = 1, \dots, G, \quad (19)$$

де: x^k – витрата натурального палива, г/с (т/рік);

A^k – зольність палива на робочу масу, %;

a_{yh} – частка золи, що виноситься газами з котла (для розрахунків a_{yh} прийнято на рівні 0,8 [9]);

η^{5k} – частка твердих частинок, що уловлюються в золоуловлювачах (в розрахунку не враховується вплив сіркоуловлюючих установок);

q_4 – втрати тепла від механічної неповноти згорання палива, % (для розрахунків q_4 прийнято на рівні 0,5 [9]);

Q_{ijl}^k – нижча теплота згорання палива, МДж/кг;

32,68 – теплота згорання вуглецю, МДж/кг.

е) стандартним підходом при розрахунку викидів вуглекислого газу z^{6k} , який утворюється при спалюванні вугілля за певний проміжок часу (наприклад, за рік), є добуток обсягів палива, яке згоріло, на коефіцієнт викидів для певного виду палива (табл. 3). Обсяги викидів вуглекислого газу z^{6k} обчислюються за формулою [5, 10]:

$$z^{6k} = (1 - \eta^{6k})x^k Q^k V_{pk} 44/12; k = 1, \dots, G, \quad (20)$$

де: x^k – обсяг використаного палива (вугілля), т;

Q^k – нижча теплотворна спроможність палива, ГДж;

V_p – коефіцієнт викидів вуглецю, т С/ГДж;

k_p – коефіцієнт фракції окисненого вуглецю; для мазуту, сухого природного газу та вугілля – 0,989; 0,994; 0,979 відповідно.

44/12 – коефіцієнт перетворення вуглецю в CO_2 .

Таблиця 3

Коефіцієнти викидів вуглецю

Вид палива	Одиниця виміру	Коефіцієнт викидів вуглецю, т С/ГДж	Фракція окисненого вуглецю
Сира нафта	т	0,0200	0,990
Вугілля кам'яне	т	0,0262	0,980
Природний газ	тис. куб. м	0,0153	0,950

Обсяги викидів в атмосферу продуктів згорання вугільної продукції в значній мірі впливають на загальні фінансові витрати ВЕГП у вигляді екологічного податку, що можна записати відповідно до формули (1) у вигляді:

$$S_p^k = \sum_{m=1}^H c^m (a^{mk} + \vartheta^m b^{mk}); k = 1, \dots, G, \quad (21)$$

де: a_{ijl}^{mk} – нормативні викиди, що відповідають встановленим нормам z_0^{mk} на викиди;

b_{ijl}^{mk} – наднормативні викиди;

ϑ^m – коефіцієнт, що характеризує підвищення питомої вартості податку на m -ний наднормативний викид.

Обсяги наднормативних викидів b^{mk} розраховуються за формулою

$$b^{mk} = 3,6 \cdot 10^{-6} (\rho_0 - \rho_{B_{tehn}}) q_n T; k = 1, \dots, G, \quad (22)$$

де: b^{mk} – маса наднормативного викиду i -тої забруднюючої речовини в атмосферне повітря від джерела утворення цієї забруднюючої речовини, т;

ρ_0 – середнє значення масової концентрації m -тої забруднюючої речовини за результатами вимірювань її вмісту в газопиловому потоці від джерела утворення цієї забруднюючої речовини, мг/куб. м;

$\rho_{B_{tehn}}$ – значення затвердженого технологічного нормативу допустимого викиду m -тої забруднюючої речовини, мг/куб. м;

q_n – значення об'ємної витрати газопилового потоку від джерел утворення i -тої забруднюючої речовини, приведене до нормальних умов, куб.м/с;

T – час роботи джерела утворення m -тої забруднюючої речовини в режимі наднормативного викиду (перевищення технологічного нормативу допустимого викиду), год.

Обсяги нормативних викидів a^{mk} розраховуються за формулою

$$a^{mk} = z^{mk} - b^{mk}; k = 1, \dots, G, \quad (23)$$

причому, в тому разі коли $\rho_0 \leq \rho_{B_{tehn}}$ значення величини b^{mk} приймається рівною нулю.

3. Визначення оптимальних варіантів паливозабезпечення ВЕГП

Розробка алгоритму, що реалізує дану модель, передбачає наявність показників якості вугільної продукції, які є визначальними при розрахунку ціни цієї продукції, екологічних обмежень z_0^{mk} (табл. 4) [11; 12], питомих величин податку на викиди в атмосферу шкідливих речовин c^m (табл. 5) [13]. Вихідні дані для розрахунку витрат на газоочисне обладнання для енергетичних спалюваних установок, які працюють на вироблення електричної енергії на ВЕГП, наведені в табл. 6 [11].

Таблиця 4

Екологічні обмеження на викиди шкідливих речовин, мг/м³

Забруднююча речовина	Україна	Країни ЄС
Діоксид азоту	700;1500	200
Діоксид сірки	5100	400
Тверді частинки	1000; 1800; 2000	50
Оксид вуглецю	200	-

Таблиця 5

Питомі величини податків за викиди шкідливих речовин, грн/т

Викид	Податок
Оксид вуглецю	83,07
Вуглекислий газ	0,37
Діоксид азоту	2204,89
Діоксид сірки	2204,89
Бенз(а)пірен	2806850,49
Тверді частинки	83,07

Таблиця 6

Питомі капітальні витрати на встановлення сучасних газоочисних установок на конденсаційних енергоблоках ВЕГП

Забруднююча речовина	Вартість, дол. США/кВт електричної потужності	
	Нове будівництво	Діючі ВЕГП
Діоксид сірки	60 – 180	90 – 270
Діоксид азоту	50 – 90	75 – 135
Пил (тверді частинки)	30 – 50	45 – 75

Відповідно до документації конкурсних торгів, які проводяться в рамках Закону України від 01.06.2010 р. № 2289-VI «Про здійснення державних закупівель» [14], ціна на вугільну продукцію обчислюється за формулою:

$$s_l^k = s^b \pm \Delta s^a \pm \Delta s^w + s^t; l = 1, \dots, L, \quad (24)$$

де: s^b – базова ціна, яка встановлюється щорічно виходячи з поточної кон'юнктури ринку, грн/т;

Δs^a – надбавка (знижка) за зольність готової вугільної продукції, грн/т;

Δs^w – надбавка (знижка) за вміст вологи в готовій вугільній продукції, грн/т;

s^t – витрати на транспортування, грн/т.

Базові показники якості вугільної продукції і система надбавок (знижок), які використовувались в практичних розрахунках, наведена в таблицях 7–9.

Таблиця 7

Базові показники якості вугільної продукції

Марка вугілля	А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Зольність (А), %	19,8	23	20,2	23	23	23
Волога (W), %	5	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9

Таблиця 8

**Система знижок/надбавок вартості вугільної продукції
за показниками зольності**

Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Зольність (А), %	max	19,8	23	20,2	23	23	23
	min	16	17	16	17	17	18
Надбавка, %		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Зольність (А), %	min	19,8	23	20,2	23	23	23
	max	22	25	24	25	25	25
Знижка, %		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Зольність (А), %	min	22	25	24	25	25	25
	max	25	27	26	27	27	28
Знижка, %		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Зольність (А), %	min	25	27	26	27	27	28
	max	100	100	100	100	100	100
Знижка, %		7	7	7	7	7	7

Таблиця 9

**Система знижок/надбавок вартості вугільної продукції
за показниками вологи**

Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Волога (А), %	max	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
	min	0	0	0	0	0	0
Надбавка, %		1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Волога (А), %	min	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
	max	12,1	12,1	12,1	12,1	12,1	12,1
Знижка, %		1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Волога (А), %	min	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
	max	16,01	16,01	16,01	16,01	16,01	16,01
Знижка, %		1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Марка вугілля		А	Г	П	ДГ	Д	Ж
Волога (А), %	min	12	12	12	12	12	12
	max	100	100	100	100	100	100
Знижка, %		5	5	5	5	5	5

Для оптимізації структури вугільної продукції для ВЕГП, як постачальники, розглядаються не лише вітчизняні підприємства, які видобувають вугілля відповідних марок, а також варіанти можливого імпорту [15]. Крім того, враховуючи об'єктивні причини зниження можливостей вуглевидобутку в Україні, виникла необхідність оснащення шахт новою високопродуктивною технікою для подолання дефіциту видобутку вугілля, що потребує значних коштів. Тому важливою проблемою є оптимальне використання цих коштів. В даній роботі для оптимізації переоснащення шахт новою технікою використовується алгоритм, розглянутий в роботі [16] з додатковим обмеженням на максимальний потенціал вуглевидобутку кожної шахти, тобто задача має такий вигляд:

$$I = \sum_{i=1}^N (\bar{\vartheta}_i, \bar{\mu}_i) \rightarrow \max \quad (25)$$

при обмеженні

$$x_i = \sum_{\tau=1}^{R_i} \bar{x}_i^{\tau} \leq P_i; i = 1, \dots; N \quad (26)$$

де: \bar{x}_i^{τ} – обсяги видобутку вугілля лавою τ на i -тій шахті;

R_i – кількість лав на i -тій шахті;

$\bar{\vartheta}_i = f(x_i, w_i)$ – величина, яка характеризує продуктивність i -тої шахти на одиницю спожитої електроенергії і є функцією обсягів вуглевидобутку x_i і спожитої електроенергії вуглевидобувним обладнанням w_i ;

$\bar{\mu}_i = f(x_i, S_i)$ – величина, яка характеризує продуктивність i -тої шахти відносно фінансових витрат на модернізацію і є функцією обсягів вуглевидобутку x_i і фінансових витрат на модернізацію S_i ;

P_i – обмеження на обсяги видобутку вугілля i -тої шахти;

N – загальна кількість шахт.

Всі обчислювальні операції реалізовані в структурі програмно-інформаційного комплексу [16], що дозволяє в повній мірі використати наявну в ній базу статистичних даних в області вуглевидобувної і вуглепереробної промисловості України.

Зведена таблиця прогнозних результатів розрахунків за приведеним алгоритмом наведена в табл. 10. Для порівняння розрахунки проведені як з врахуванням установки очисного обладнання на ВЕГП так і без нього.

Висновки. Запропоновано та апробовано математичну модель оптимізації забезпечення вітчизняних ВЕГП вугільною продукцією із загальними теплофізичними властивостями за мінімальною ціною та витратами, пов'язаними з податком на викиди в атмосферу шкідливих речовин від спалювання вугілля та затрат на встановлення газоочисного устаткування.

На основі запропонованої моделі визначено оптимальну структуру забезпечення паливом електроенергетичних підприємств, які працюють на вугіллі газової групи, що задовольняє як за обсягами умовного палива, так і за його калорійністю відповідно до проектних характеристик цих підприємств із врахуванням екологічних обмежень.

Таблиця 10

**Варіанти оптимального забезпечення ВЕГП газової групи вугіллям шахт підконтрольних Україні
із врахуванням вимог ЕС на викиди шкідливих речовин**

Очистка димових газів	Виробництво ел. енергії	Витрати вугілля		Вартість вугілля	Викиди				Вартість очисного обладнання	Податок на викиди, тис.грн.				Загальні витрати,
					Димові гази	NO ₂ ,	SO ₂ ,	Пил,						
	ТВт-год/рік	тис. т.у.п.	тис.т н.п.	млн грн.	млрд м ³	тис. т	тис. т	тис. т	млн грн.	NO ₂	SO ₂	Пил	Усього*	млн грн.
<i>Прогноз на 2020 рік</i>														
-	25,76	10551,2	14353,1	10272,5	182,4	82,7	371,2	72,8	0,0	6000	30691	9 320,50	46011	10318,5
+	25,76	10551,2	14133,1	10595,8	186,3	37,1	74,5	9,3	85384,3	82	164	0,77	247	95980,3
<i>Прогноз на 2025 рік</i>														
-	30,86	12075,5	16280,8	11954,4	216,4	94,7	467,7	80,4	0,0	6671	39213	10 184,95	56070	12010,5
+	30,86	12075,5	16480,8	10180,5	215,2	43,0	86,1	10,8	87272,9	95	190	0,90	286	97453,7
<i>Прогноз на 2030 рік</i>														
-	40,89	14962,1	20312,0	12717,5	210,9	118,6	542,7	90,5	0,0	9875	47205	11 702,06	68782	12786,2
+	40,89	14962,1	20219,1	12981,7	211,9	42,4	84,8	10,6	86694,4	93	187	0,88	281	99676,3
<i>Прогноз на 2035 рік</i>														
-	52,22	18506,8	25443,4	13552,4	216,3	149,3	736,8	81,8	0,0	13672	66768	10 380,18	90820	13643,2
+	52,22	18506,8	25416,4	13631,6	216,4	43,3	86,6	10,8	99461,7	95	191	0,90	287	113093,5
<i>Прогноз на 2040 рік</i>														
-	60,54	20267,9	27808,6	15669,1	192,8	164,0	785,5	95,3	0,0	16140	72695	12 533,22	101368	15770,5
+	60,54	20267,9	27796,3	15686,2	192,9	38,6	77,1	9,6	98485,0	85	170	0,81	256	114171,4
<i>Усього за 2020 – 2040 роки</i>														
-	861,3	315320,8	429938,4	266248,0	4338,3	2512,7	11998,7	1757,1	0,0	212438,6	1055086,1	225290,7	1492815,4	267740,8
+	861,3	315320,8	429538,2	260269,6	4351,9	869,7	1740,7	217,6	98485,0	1917,5	3838,2	18,1	5773,8	358760,4

*Примітка: в таблиці не врахований податок на викиди бенз(а)пірену, окислу вуглецю і вуглекислого газу.

Річне виробництво електроенергії ТЕС з 2020 р. по 2040 р. буде зростати з 25,76 ТВт год до 60,54 ТВт год відповідно, при цьому витрати вугільної продукції зростуть з 14,353 млн т н.п. до 27,808 млн т н.п.

У вартісному вимірі ТЕС України витрачатимуть на закупівлю вугільної продукції близько 10,3 млрд грн у 2020 р., та близько 15,7 млрд грн у 2040 р.

Для приведення викидів до гранично допустимих параметрів за нормативною базою країн ЕС викиди шкідливих забруднювачів повітря, зокрема діоксидів азоту повинно бути скорочено з 82,7 тис. т до 37,1 тис. т (на 55,2%), діоксидів сірки з 371,2 тис. т до 74,5 тис. т (на 79,9%), твердих частинок з 72,8 тис. т до 9,3 тис. т (на 87,2%) в короткостроковій перспективі на 2020 р. У довгостроковій перспективі (на 2040 р.) викиди в атмосферу діоксидів азоту потрібно скоротити з 164 тис. т до 38,6 тис. т (на 76,5%), діоксидів сірки з 785,5 тис. т до 77,1 тис. т (на 90,1%), викидів пилу з 95,3 тис. т до 9,6 тис. т (на 89,9%).

Вартість обладнання для уловлювання забруднювачів, а саме новітніх фільтрів пило-, сірко- та азотоуловлювання, становитиме у 2020 р. 85,4 млрд грн та додаткові кошти у розмірі 14,1 млрд грн у період до 2035 р., або 99,5 млрд грн за період 2020–2035 рр.

Загальна сума податку на викиди забруднюючих речовин у повітря в 2020 р. з існуючими системами очищення становитиме 46,0 млн грн (це зумовлено більш жорсткими вимогами до питомих викидів по групам забруднювачів та застосуванням жорстких штрафних санкцій до підприємств які перевищують європейські нормативні показники викидів забруднювачів), а при переобладнанні блоків (котлоагрегатів) ТЕС прогресивним технологічним обладнанням – 247 тис. грн, тобто сума податку скорочується в 186 разів. В перспективі на 2040 р. сума податку становитиме вже 101,4 млн грн, (порівняно з 2020 р. зросте у 2,2 рази). При застосуванні прогресивних систем очистки повітря загальна сума податку знизиться до 256 тис. грн на рік.

Загальні витрати ТЕС на закупівлю вугільної продукції у шахт та збагачувальних фабрик і встановлення очисного обладнання на ТЕС у короткостроковій перспективі до 2020 р. становитимуть 96 млрд грн, та зростуть у довгостроковій перспективі до 2040 р. на 18,9% і становитимуть 114,2 млрд грн.

Список використаних джерел:

1. Краснянский Г.Л. Экономические аспекты развития топливно-энергетического комплекса России. М.: Изд-во АГН, 2000. 128 с.
2. Стогній О.В., Макортецький М.М., Перов М.О. Математична модель оптимальної структури вугільної продукції для ТЕС // Проблеми загальної енергетики. 2013. Вип. 4(35). С. 41–46.
3. Макортецький М.М., Перов М.О., Новицький І.Ю. Оптимальна структура вугільної продукції для ТЕС України з врахуванням імпорту // Проблеми загальної енергетики. 2015. – Вип. 3(42). С. 13–16.
4. ДСТУ 4083:2012. Вугілля кам'яне та антрацит для пиловидного спалювання на теплових електростанціях. Технічні умови. Київ, 2012. 10 с.

5. ГДК 34.02.305-2002. Викиди забруднювальних речовин у атмосферу від енергетичних установок. Київ: вид-во «КВІЦ».
6. СО 153-34.02.304-2003. Методические указания по расчету выбросов оксидов азота с дымовыми газами котлов тепловых электростанций. URL: https://znaytovar.ru/gost/2/SO_15334023042003_Metodicheski.html.
7. РД 34.02.305-98. Методика определения валовых выбросов загрязняющих веществ в атмосферу от котельных установок ТЭС URL: https://znaytovar.ru/gost/2/RD_340230598_Metodika_opredele.html.
8. РД 153-34.1 02.316-99. Методика расчета выбросов бенз(а)пирена в атмосферу паровыми котлами электростанций URL: https://znaytovar.ru/gost/2/RD_1533410231699_Metodika_rasc.html.
9. Тепловой расчет котельных агрегатов (нормативный метод) / под ред. Н.В. Кузнецова, В.В. Митора, И.Е. Дубровского, Э.С. Карасиной. М.: Энергия, 1973. 295 с.
10. Методика расчета выбросов парниковых газов (CO_2 -эквивалента) URL: <http://sro150.ru/index.php/metodiki/371-metodika-rascheta-vybrosov-parnikovyykh-gazov>.
11. Національний план скорочення викидів від великих спалювальних установок. Київ, 2015. С. 78.
12. Состояние котельного хозяйства в Украине и направления его модернизации URL: <http://energetika.in.ua/ru/books/book-3/part-1/section-2/2-13>.
13. Ставки экологического налога – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chp.com.ua/newspaper-news/item/47826-stavki-ekologicheskogo-naloga-2017>.
14. Про здійснення державних закупівель: Закон України за станом на 1 черв. 2010 р. № 2289-VI URL: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/goszakup/Z2289/>.
15. Кто импортировал дефицитный антрацит в Украину в 2016 году URL: https://biz.censor.net.ua/resonance/3021268/kto_importiroval_defitsitnyyi_antratsit_v_ukrainu_v_2016_godu.
16. Стогній О.В., Макортецький М.М. Математична модель оптимізації впровадження передової техніки у вуглевидобувній галузі України // Проблеми загальної енергетики. 2012. Вип. 2(29). С. 27–34.

Матросова В.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

Пантелєєв М.С.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

Погорєлова Т.О.

*доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

ГЕОПОЛІТИЧНА СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Анотація

Основною проблемою незалежної України як суб'єкта міжнародних відносин тривалий час постає питання самореалізації на міжнародній арені. Географічний чинник зовнішньополітичної стратегії є підґрунтям міжнародних відносин та визначає просторовий вимір реалізації політичних, економічних, соціальних та безпекових інтересів України в контексті зміни стратегічного курсу та основних торгових партнерів, що викликало перманентні негативні тренди в динаміці багатьох економічних показників та торгового балансу зокрема.

Предметом статті є розгляд питань, пов'язаних з аналізом геополітичної стратегії зовнішньої торгівлі України за умов трансформації векторів торгових та політичних відносин. Проведено аналіз географічних та політичних напрямів, динаміки зовнішньоекономічної торгівлі України. Виявлено основні напрями збуту продукції на міжнародних ринках, проаналізовано зміни ринків збуту за період 2008–2018 рр., узагальнено статистичну інформацію.

Із позиції комплексного аналітичного підходу визначено сучасні тренди торгової політики України на національному та регіональному рівнях. Досліджено вплив тенденцій і торгового потенціалу України та окремих регіонів на перспективи міжнародних відносин України та її наближення до сталого тренду активного торгового балансу. Систематизовано причини, які є результатом зміни товарної структури експортного потенціалу України, та запропоновано пріоритетні напрями розвитку геополітичної стратегії зовнішньої торгівлі України.

Вступ. Позиції країни на світовій арені знаходяться у прямій залежності від залучення її до системи міжнародних економічних відносин. Одним із важливих напрямів такої взаємодії виступає експортна діяльність, яка дає змогу використовувати національні потужності і ресурси з більшим ступенем ефективності і формувати валютні можливості для задоволення імпорتنих потреб. Світовий досвід показує, що найбільш дієвою й ефективною стратегією інтеграції економічної системи країни у світову економіку є поєднання структурної перебудови національної економіки з її орієнтацією на активне зростання експорту.

Формування інтеграційної стратегії України далеко не завжди орієнтувалося на зовнішньоторговельні пріоритети, детерміновані національним експортним потенціалом, що призводило до неврахування критеріїв не тільки економічної ефективності міжнародної інтеграції, а й безпечної відкритості економіки. За таких умов загострилася проблема щодо конкурентоспроможності національного експорту на світовому ринку товарів і послуг.

Аналіз сучасних наукових публікацій із даної тематики продемонстрував інтерес до проблеми геополітичної стратегії зовнішньої торгівлі України. Актуальні проблем геополітичної стратегії зовнішньої торгівлі розглянуті в сучасних публікаціях зарубіжних учених, таких як: Н.К. Мохapatра (2017 р.) [1], Норд Бедфорд (США), Вільям Хатчисон (Канада), Софі Бедфорд (Швеція) (2011 р.) [2], П. Хавлик (2010 р.) [3], Н. Хуот, М. Какинака (2007 р.) [4], Т. Кнедлік, Г. фон Швейнітц (2011 р.), Дж.А. Миллвард [5], А. Фауве, Ц. Гінтрац (2009 р.) [6], М. Емерсон, Е. Винокуров (2009 р.) [7], Belay Seyoum (2000 р.) [8], Kotabe Masaaki. Global (2001 р.) [9], Bjarne S. Jensen (2006 р.) [10], A.I. Kruger, A. Tuncer (2002 р.) [11], R. Awaes, R. Lopes (2005 р.) [12] M. Michaelly (2003 р.) [13], A.E. Branch (1990 р.) [14].

Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств досліджуються в роботах іноземних та вітчизняних учених, таких як Л.М. Черчик (2015 р.) [15], А.А. Мазаракі [16], Л.С. Кутідзе [17], С.В. Бестужева [22], В.М. Барак [23], Д.М. Стеченко [26], О.В. Лазарева [27], Т.М. Мельник (2007 р.) [31]. Проблеми експортного потенціалу відображено в наукових працях Ф.В. Зінов'єва, О.О. Якушева (2012 р.) [18], В.В. Дружиніної (2010 р.) [19], С.П. Івашука (2011 р.) [20], І.О. Геращенко (2014 р.) [21], Т. Скорнякова [29], Т. Гордєєва [30] та ін. Актуальність визначених проблем вимагає постійного аналізу геополітичної стратегії зовнішньоекономічної торгівлі України.

Мета статті – провести аналіз та дослідити динаміку зовнішньоекономічної торгівлі України; виявити та систематизувати причини змін, які є результатом зміни географічної стратегії зовнішньої торгівлі України, та запропонувати пріоритетні напрями розвитку геополітичної стратегії України.

1. Географічна структура імпорту та експорту за основними країнами-учасницями

Останнім часом у світовій торгівлі спостерігаються процеси посилення її лібералізації, що пов'язано зі збільшенням кількості членів СОТ, розширенням регіональних інтеграційних об'єднань та створенням зон вільної торгівлі з окремими країнами та інтеграційними об'єднаннями. Внаслідок свого геополітичного положення Україна опинилася на перетині двох різновекторних інтеграцій – євразійської, яку представляє Євразійський економічний союз (ЄАЕС), та європейської, представленої Європейським Союзом (ЄС). У 2014 р. було вибрано курс на європейську інтеграцію та створення зони вільної торгівлі з ЄС, суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України почали переорієнтувати свої торговельні стосунки відповідно до нових реалій. Мінливість економічних та політичних процесів у світі, їх непередбачуваність усередині країни викликають необхідність більш детального аналізу геополітичних та структурних трансформацій зовнішньої торгівлі України.

12 вересня 2014 р. під час переговорів на рівні міністерств у рамках тристоронніх консультацій між ЄС, Україною та РФ було прийнято компромісне рішення про перенесення тимчасового застосування положень зони вільної торгівлі до 31 грудня 2015 р. Водночас Європейський Союз надав Україні режим автономних торговельних преференцій, що передбачав одностороннє зменшення або скасування митних зборів ЄС на товари, які походять з України. Автономні торговельні преференції надавалися українським товарам із 23 квітня 2014 р. по 31 грудня 2015 р.

Із 1 січня 2016 р. в Україні діє зона вільної торгівлі із Європейським Союзом, підписано нові договори про створення зон вільної торгівлі із Туреччиною, Канадою, Ізраїлем. Саме тому багато надій покладається на розвиток експортного потенціалу, який має вивести виробництво, торгівлі зв'язки та міжнародні економічні відносини на якісно новий рівень через підвищення низки кількісних показників.

Зона вільної торгівлі – це закріплений у вигляді угоди тип міжнародних відносин двох або більше країн, що передбачає скасування митних бар'єрів у взаємній торгівлі між країнами, при цьому митна політика у відносинах із третіми країнами залишається на особистий розсуд кожної з країн угоди.

Для того щоб оцінити масштаби змін зовнішньої торгівлі України, звернемося до статистичних даних. Для аналізу вибрано обсяги експорту та імпорту, а також географічна структура торгівлі за 2008 та 2018 рр. Вибір саме цього часового періоду дав змогу розглянути ситуацію, що була до підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та після її підписання. У 2012 р. Україна ще користувалася можливостями зони вільної торгівлі з країнами СНД, а протягом 2015 р. ЄС уже надавав Україні односторонні автономні торговельні преференції.

Зовнішньоторговельна діяльність є важливим складником товарного обігу, зовнішньоекономічної діяльності та зовнішньої безпеки держави.

Аналіз географічної структури та вартісного обсягу операцій зовнішньої торгівлі дає змогу виявити тенденції щодо експорту та імпорту 2008–2018 рр. Географічну структуру зовнішньої торгівлі України можна представили за допомогою порівняльних таблиць структури обсягів імпорту та експорту основних країн – контрагентів України (табл. 1, 2). Дані розташовані в порядку топ-11 країн – учасниць зовнішньої торгівлі.

Таблиця 1

**Обсяги імпорту за основними країнами-учасницями,
тис. дол. США [32; 33]**

Країна	2008	Країна	2009	Країна	2010
Росія	19 414 212,50	Росія	13 235 774,40	Росія	22 198 005,80
Німеччина	7 165 287,80	Німеччина	3 852 129,10	Китай	4 700 393,50
Туркменістан	5 631 673,50	Китай	2 734 257,10	Німеччина	4 603 082,00
Китай	5 601 545,80	Польща	2 170 311,20	Польща	2 788 809,60
Польща	4 280 309,20	Казахстан	2 033 942,10	Білорусь	2 567 588,70
Казахстан	3 118 852,30	Білорусь	1 692 833,90	США	1 766 757,50
Білорусь	2 809 645,70	Узбекистан	1 640 771,10	Італія	1 390 271,60
США	2 808 229,00	США	1 286 300,70	Туреччина	1 298 282,20
Японія	2 795 769,50	Італія	1 139 755,20	Угорщина	1 214 630,60
Італія	2 432 064,40	Франція	971 500,60	Франція	1 106 658,00
Узбекистан	2 118 262,60	Туреччина	952 243,60	Азербайджан	951 192,30

Країна	2011	Країна	2012	Країна	2013
Росія	29 132 197,60	Росія	27 418 296,10	Росія	23 234 207,90
Німеччина	6 865 714,20	Китай	7 899 639,60	Китай	7 900 753,90
Китай	6 268 333,80	Німеччина	6 807 143,20	Німеччина	6 771 002,90
Білорусь	4 211 750,60	Білорусь	5 068 567,10	Польща	4 068 686,00
Польща	3 183 391,20	Польща	3 567 096,60	Білорусь	3 605 241,10
США	2 591 229,10	США	2 905 214,00	США	2 759 359,50
Італія	2 005 753,30	Італія	2 234 550,20	Італія	2 086 658,20
Казахстан	1 675 946,80	Туреччина	1 951 858,20	Туреччина	1 852 685,00
Франція	1 501 469,80	Франція	1 664 414,00	Франція	1 729 727,60
Туреччина	1 481 242,10	Корея	1 547 228,70	Угорщина	1 400 516,10
Угорщина	1 326 706,90	Казахстан	1 494 884,50	В. Британія	1 132 419,40

Країна	2014	Країна	2015	Країна	2016
Росія	12 699 989,10	Росія	7 492 724,50	Росія	5 149 313,50
Китай	5 410 952,70	Німеччина	3 975 626,50	Китай	4 687 697,20
Німеччина	5 361 520,60	Китай	3 770 991,10	Німеччина	4 318 445,90
Білорусь	3 970 793,10	Білорусь	2 449 145,50	Білорусь	2 777 793,60
Польща	3 070 819,60	Польща	2 324 048,20	Польща	2 693 326,60
США	1 928 924,00	Угорщина	1 608 536,10	США	1 687 886,60
Італія	1 508 974,10	США	1 480 699,00	Франція	1 530 515,30
Угорщина	1 463 970,10	Італія	976 327,80	Італія	1 358 227,80
Туреччина	1 299 541,30	Франція	892 786,20	Туреччина	1 098 551,60
Франція	1 269 213,20	Туреччина	851 742,40	Швейцарія	983 811,70
Литва	1 032 187,80	Норвегія	741 686,10	Угорщина	801 992,90

Країна	2017	Країна	2018 (I кв.)	2013/ 2008, %	2017/ 2013, %	2017/ 2016, %
Росія	7 201 805,80	Росія	692 006,00	119,68	31	139,86
Китай	5 647 077,60	Китай	518 515,30	141	71,48	120,47
Німеччина	5 443 697,80	Німеччина	387 475,60	94	80	126,1
Польща	3 453 466,60	Польща	256 725,20	95	84,88	128,2
Білорусь	3 205 173,30	Білорусь	226 762,60	128	88,9	115,39
США	2 524 598,60	США	219 216,50	98	91,49	149,57
Швейцарія	1 681 690,60	Швейцарія	134 887,50	-	171	170,93
Італія	1 623 958,20	Франція	111 290,70	178	90	102,17
Франція	1 563 723,30	Туреччина	110 950,30	195	68,2	114,93
Туреччина	1 262 612,70	Італія	97 673,30	85,80	77,83	119,56
Угорщина	1 152 335,90	Угорщина	87 515,10	115	82,28	143,68

Із 2008 до 2013 р. основними контрагентами-експортерами України були Росія, Китай, Білорусь та Німеччина. Швидкими темпами до 2013 р. нарощували торгівлю з Україною Франція та Італія. Із 2014 р. позиції дещо змінилися, динаміка поставок із Росії скоротилася з 119,68% до 31%. До 2017 р. спостерігається скорочення показників майже по всіх країнах, проте позиції основних експортерів майже незмінні. Необхідно відзначити, що на протязі 2014–2017 рр. намітилася стійка тенденція до зростання товарообороту, лідируючі темпи зростання торгівлі зі США та Швейцарією.

Постійними торговими контрагентами України є Росія, Білорусь, Туреччина та Китай. Із 2011 р. значні місця в структурі торгівлі із Україною, крім Росії, Китаю та Туреччини, посідають Німеччина, Польща, Італія, Єгипет, Нідерланди, США, значно посунувши в загальній структурі Росію (табл. 2).

Таблиця 2

**Обсяги експорту за основними країнами-учасниками,
тис. дол. США [32; 33]**

Країна	2008	Країна	2009	Країна	2010
Росія	15 735 571,90	Росія	8 495 072,30	Росія	13 431 881,00
Туреччина	4 633 291,40	Туреччина	2 126 526,40	Туреччина	3 026 668,70
Італія	2 911 728,80	Китай	1 434 404,70	Італія	2 412 347,50
Польща	2 338 303,00	Казахстан	1 418 429,70	Білорусь	1 899 198,10
Білорусь	2 105 576,70	Білорусь	1 258 938,20	Польща	1 787 225,20
США	1 949 129,50	Німеччина	1 248 125,70	Німеччина	1 499 472,90
Німеччина	1 837 105,40	Італія	1 227 560,50	Індія	1 426 117,00
Казахстан	1 832 582,70	Польща	1 213 109,50	Єгипет	1 327 993,70
Єгипет	1 560 027,40	Індія	1 152 457,00	Китай	1 316 550,10
Угорщина	1 367 110,10	Єгипет	1 013 336,40	Казахстан	1 300 504,90
Молдова	1 171 987,30	Іран	755 820,10	Ліван	1 033 255,30

Країна	2011	Країна	2012	Країна	2013
1	2	3	4	5	6
Росія	19 819 616,20	Росія	17 631 749,50	Росія	15 065 123,50
Туреччина	3 748 582,00	Туреччина	3 685 112,60	Туреччина	3 805 477,80
Італія	3 039 540,60	Єгипет	2 898 299,50	Китай	2 726 677,30

1	2	3	4	5	6
Польща	2 794 088,30	Польща	2 576 195,60	Єгипет	2 720 563,00
Індія	2 265 303,20	Італія	2 480 017,40	Польща	2 547 823,10
Китай	2 180 034,40	Казахстан	2 459 251,40	Італія	2 357 633,70
Білорусь	1 922 329,70	Індія	2 290 932,00	Казахстан	2 120 025,40
Казахстан	1 857 549,50	Білорусь	2 251 118,50	Білорусь	1 983 615,60
Німеччина	1 763 830,50	Китай	1 777 177,60	Індія	1 974 747,30
Ліван	1 362 224,50	Німеччина	1 645 030,30	Німеччина	1 603 784,90
Іспанія	1 340 723,20	Іспанія	1 539 018,70	Угорщина	1 556 952,70

Країна	2014	Країна	2015	Країна	2016
Росія	9 798 226,20	Росія	4 827 717,90	Росія	3 592 917,90
Туреччина	3 561 365,40	Туреччина	2 771 758,30	Єгипет	2 266 493,20
Єгипет	2 862 068,30	Китай	2 399 078,90	Польща	2 200 010,10
Китай	2 674 125,80	Єгипет	2 079 784,00	Туреччина	2 049 064,90
Польща	2 644 656,80	Італія	1 979 843,60	Італія	1 929 575,60
Італія	2 468 270,50	Польща	1 977 329,60	Індія	1 903 066,60
Індія	1 815 849,80	Індія	1 444 086,80	Китай	1 832 518,90
Білорусь	1 617 084,00	Німеччина	1 328 677,40	Німеччина	1 423 735,20
Німеччина	1 590 590,30	Іспанія	1 043 602,60	Угорщина	1 053 084,20
Угорщина	1 509 893,80	Угорщина	909 721,00	Іспанія	1 004 547,40
Іспанія	1 166 565,10	Нідерланди	905 655,00	Нідерланди	995 322,60

Країна	2017	Країна	2018 (I кв.)	2013/ 2008, %	2017/ 2013, %	2017/ 2016, %
Росія	3 936 628,90	Туреччина	289 818,10	82,13	66,2	122,92
Польща	2 724 629,70	Росія	264 341,50	95,74	26,13	109,57
Туреччина	2 518 581,80	Польща	253 871,70	108,96	106,94	123,85
Італія	2 469 871,50	Італія	238 083,40	80,97	104,76	128
Індія	2 205 748,00	Індія	187 900,60	171,35	111,7	115,9
Китай	2 039 359,10	Нідерланди	170 079,70	-	-	168,41
Єгипет	1 831 312,90	Німеччина	163 694,50	87,3	109,38	123,22
Німеччина	1 754 288,20	Угорщина	135 939,30	113,89	85,19	125,96
Нідерланди	1 676 245,00	Іспанія	133 991,00	-	-	125,44
Угорщина	1 326 440,10	Єгипет	132 690,80	174,39	67,31	80,8
Іспанія	1 260 107,70	Білорусь	102 172,80	94,21	-	-

Географічна структура падіння обсягів експорту визначає найбільше скорочення обсягів експортних поставок до країн СНД та Росії (-75%), також є втрати й на європейському ринку, який нині є основним пріоритетом зовнішньої політики України. Проте у загальній сукупності саме європейський ринок є найбільшим імпортером української продукції. Туреччина, Польща, Нідерланди, Іспанія, а також Індія (лідер серед азійських країн) нарощують обсяги експорту з України та є лідерами за показниками росту. Спостерігається зростання кількості партнерів та зміна пропорцій у загальному обсязі експорту з України.

Нова програма «Реалізація просування інтересів України у світі» впроваджує нові перспективні напрями зовнішньоекономічної співпраці.

Європейські країни, Росія, Білорусь, Туреччина, Єгипет є нашими давніми та історичними партнерами. Нині швидкими темпами розвиваються експортні відносини з іншими країнами Сходу та Тихоокеанського басейну: Індією, Китаєм, Таїландом, Бангладеш, Філіппінами, Японією та ін.

Сьогодні Україна в рамках зовнішньої торгівлі товарами співпрацює з 217 країнами світу (експортує до 191 країни, імпортує з 217 держав); послугами – з 220 країнами (надає послуги нерезидентам із 214 держав, отримує зі 191 країни). За підсумками 2018 р. зовнішньоторговельні операції проводили експортери товарів (14 688 підприємств), імпортери (22 300 підприємств), надавали послуги нерезидентам 6 370 компаній, одержували – 4 921 суб'єкт [1; 2].

У рамках дослідження експортного потенціалу України важливо розглянути динаміку структурних показників торгового балансу країни в контексті її основних імпортерів (табл. 3).

Таблиця 3

**Сальдо торгового балансу з країнами-імпортерами з України
за 10 років, тис. дол. США [32; 33]**

Країни	2008	2009	2010	2011	2012
Сальдо торгового балансу України	-18580926,60	-5732675,90	-9309447,70	-14214044,30	-15848249,30
Туреччина	2683158,20	1174282,90	1728386,40	2267339,90	1733254,40
Індія	355642,20	675668,30	745368,40	1452954,00	1270218,10
Італія	479664,40	87805,40	1022075,90	1033787,40	245467,30
Нідерланди	-165835,30	-82668,90	-274645,70	-353447,10	-292105,60
Єгипет	1469165,20	951624,70	1243811,10	1230993,00	2755536,60
Іспанія	209832,00	198271,30	-56870,00	285297,60	792229,50
Іран	981628,80	722627,10	980833,50	1080990,20	1097312,70
Ірак	787555,20	236466,80	344538,50	609476,60	872033,50
Ліван	333265,50	690555,30	1029083,50	1359050,50	1420534,10
Ізраїль	290759,50	313716,00	376107,90	367259,00	529579,80

Країни	2013	2014	2015	2016	2017	I квартал 2018
Сальдо торгового балансу України	-13651943,30	-527027,80	-610706,70	-2888086,60	-6331896,40	-284108,50
Туреччина	1952792,80	2261824,10	1920015,90	950513,40	1255969,10	178867,80
Індія	1136248,90	1159080,10	1000426,50	1416934,30	1644466,90	148233,20
Італія	270975,50	959296,40	1003515,80	571347,80	845913,40	140410,10
Нідерланди	-20410,30	342196,40	453043,20	448474,80	1032594,10	127368,30
Єгипет	2583881,90	2770980,1	2024171,40	2217776,70	1754290,40	120299,50
Іспанія	124290,40	558975,30	602852,10	503607,90	681064,30	85922,80
Іран	710237,80	650467,70	503053,90	665213,30	0,00	65347,80
Ірак	767654,00	666853,70	472495,40	374409,20	479048,80	45858,10
Ліван	371902,40	270903,50	298824,60	337446,00	424652,90	38698,00
Ізраїль	378659,60	267417,60	427121,10	303754,30	436733,20	38048,70

На протязі 10 років загальне сальдо торгового балансу постійно від'ємне, проте простежується стійка тенденція до зниження від'ємного значення, що свідчить про зростання доходів від зовнішньої торгівлі. Цьому сприяло підписання низки документів щодо розширення торгово-економічних зв'язків з Європою та світом. Дослідження структурних показників сальдо за країнами підтверджує попередні висновки. Сальдо торгівлі з Туреччиною та Ізраїлем має доволі стійкі показники. Спостерігається стійка тенденція до зростання імпорту в Італію, Іспанію та Індію. Торгові показники співпраці із Нідерландами починаючи з 2014 р. перетнули від'ємну межу та вийшли на позитивні значення. Також високі показники торгового сальдо з Єгиптом, проте вони мають тенденцію до зниження, насамперед, за рахунок диверсифікації географічної структури торгових зв'язків України. Різне зниження торгових показників із 2013 р. з країнами Сходу, а саме Іраном, Іраком та Лівією, поступово змінюється на тенденцію зростання торгівлі з позитивним сальдо.

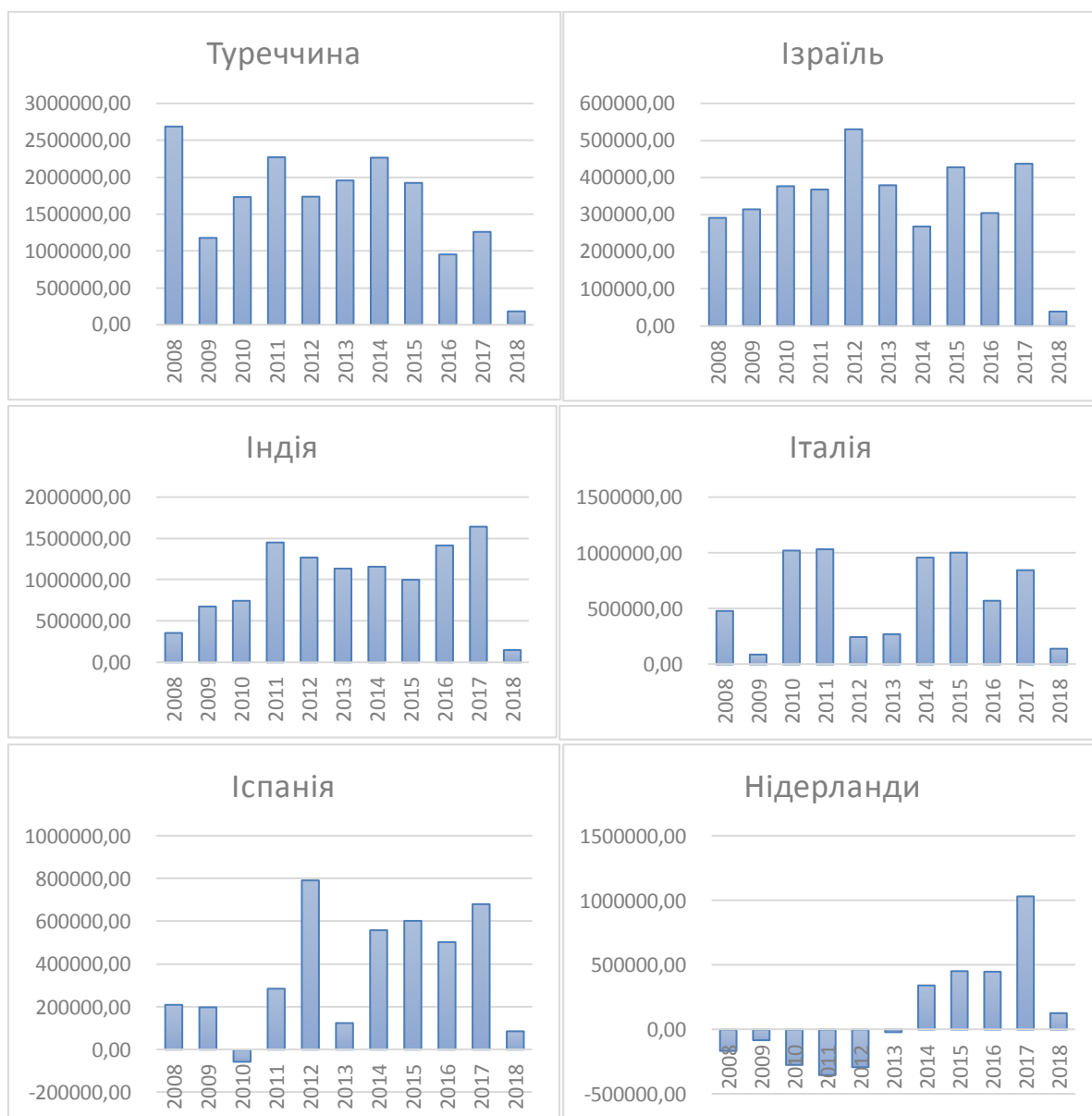


Рис. 1.

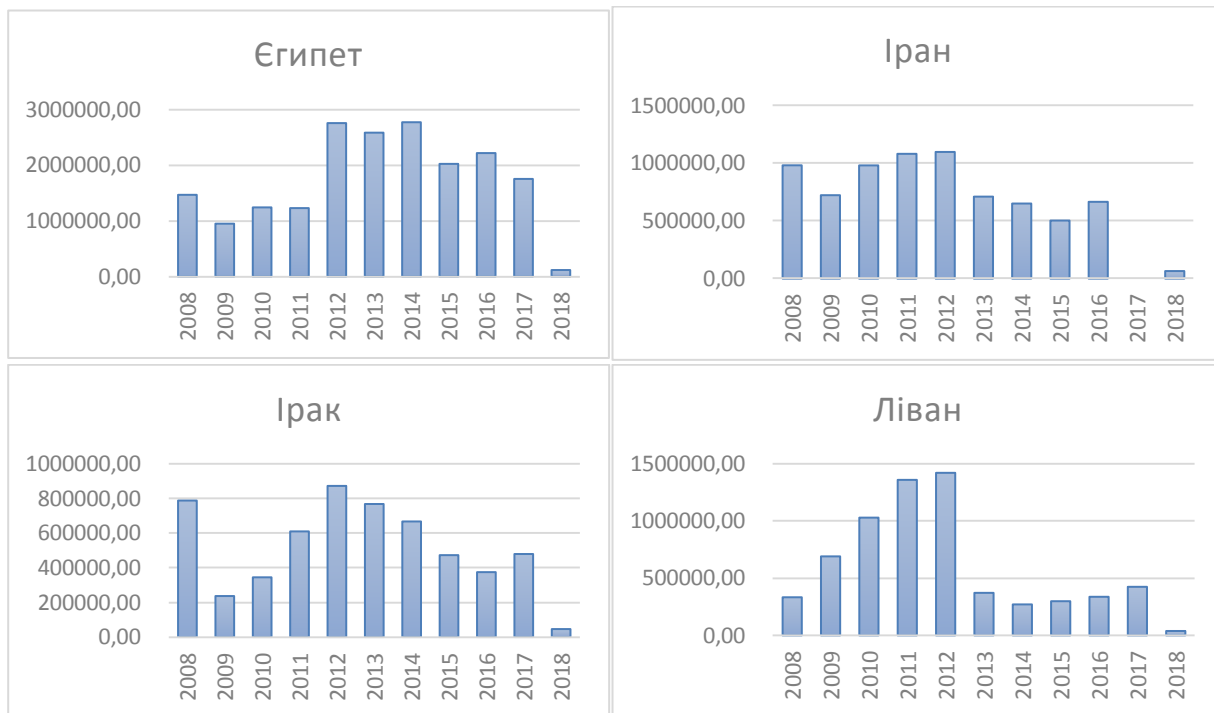


Рис. 1. (закінчення)

Аналітичні дані Держкомстату України свідчать про зростання експорту товарів та послуг у 2017 р. порівняно з 2016 р. на 16% (товарів – на 19%), а імпорту товарів та послуг – на 23,3% (товарів – на 26,4%), тобто темпи зростання імпорту ще перевищують темпи зростання експорту, що виражається негативним сальдо торгового балансу. Саме завдяки випереджаючому зростанню імпорту товарів порівняно з їх експортом спостерігається негативне сальдо української зовнішньої торгівлі товарами в 2017 р. (у 2016 р. сальдо української зовнішньої торгівлі товарами було також негативним, але за абсолютним значенням менше, ніж у 2017 р.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту товарів в Україну в 2017 р. становив 0,87, а в 2016 р. – 0,93. Згідно з даними Держкомстату, Україна має торгові стосунки з 223 країнами світу, і цей список постійно розширюється.

2. Географічна структура імпорту та експорту за регіонами України

Продовжити дослідження динаміки показників зовнішньої торгівлі України доцільно, розглянувши динаміку торгових сальдо за регіонами, для визначення експортоорієнтованих та імпортозалежних регіонів України (табл. 4). На жаль, загальна динаміка є негативною, саме 2012 та 2013 рр. визначилися значним збільшенням імпорту, з 2014 р. всі показники товарообігу, імпорту-експорту зменшилися. Проте з 2015 р. товарообіг має тенденцію до нарощення. На жаль, показники темпу зростання імпорту ще перевищують темпи зростання експорту, але масштаби зростання експорту та відкриття нових ринків вільної торгівлі для України не залишають сумнівів, що негативне сальдо торгового балансу є тимчасовим явищем і зі зростанням експортних оборотів буде зменшуватися. Експортний потенціал

України є визначним за практично всіма чинниками, які мають вплив на зовнішню торгівлю.

Таблиця 4

**Сальдо торгового балансу за регіонами України за 10 років,
тис. дол. США [32]**

Регіон	2008	2009	2010	2011	2012
Україна	-18 568,00	-5737,4	-9309,4	-14214044,3	-15848249,3
Вінницька	65	216	221,6	277133,7	154037,1
Дніпропетровська	4 478,60	1612,2	2634,2	3640031,6	3591454,4
Донецька	9 484,90	7396,6	10058,7	12574839	9958710
Київська	-2520,9	-1130,1	-1716,2	-2564102,2	-2810259,7
Львівська	-1 573,90	-828,5	-1053,9	-2000415,8	-2029939,6
Одеська	-2447,9	-1159,6	-1835,9	-1604286,5	-2519940,4
Полтавська	1279,3	667,2	1153,5	2 223 883,90	2081670,5
Харківська	-923,5	-143,9	-9,1	-431440,1	-718924,4
Чернівецька	-28,6	15,4	-18837	-264002,9	-49971,7
м. Київ	-27 431,10	-13698,8	-9309,4	-13 713 737,60	-13345677,7

Регіон	2013	2014	2015	2016
Україна	-13 651 943,30	-527027,8	610706,7	-2888086
Вінницька	183202,4	314014,1	580187,4	683565,4
Дніпропетровська	4448832,7	4129662	3173717,3	2421266,9
Донецька	8354385,1	6280573,4	2492691	2320006,6
Київська	-2761039,4	-1906766,9	-896607,3	-1246516,2
Львівська	-1364168,8	-1166923,8	-241620,1	-423845,7
Одеська	-18100212,6	-298559,4	760204,4	289113,3
Полтавська	153014,6	1027558,6	666 593,20	593321,4
Харківська	-292149,1	-67767,1	26641	-161608,2
Чернівецька	-32 788,50	17 700,30	29910,4	23560,7
м. Київ	-14331347,9	-8710290,7	-5752526,7	-7568169,9

Регіон	2017	1 квартал 2018	2013/2008, тис. дол. США	2017/2013, тис. дол. США	2017/2016, тис. дол. США
Україна	-6331896,4	-2 841 108,50	-13633375	+7320046,9	-3443810
Вінницька	810770	36746	+183137,4	+627567,6	+127204,6
Дніпропетровська	2443636,3	271873,8	+4444354,1	-42044691	+22369,4
Донецька	2398926,2	237297,2	+8344900,2	-5955458,9	+78919,6
Київська	-1655452,1	-109474,3	-2758518,5	+1105586,9	-408935,9
Львівська	-594703,4	-36412,9	-1362594,9	+769465,4	+170857,7
Одеська	386485,9	44842,2	-18097765	+18486699	+97372,6
Полтавська	715457,1	53705,7	+151735,3	+562442,5	+122135,7
Харківська	-426568,7	-35607	-291225,6	-134419,6	-264960,5
Чернівецька	36615,2	29953,2	-32759,9	+69400,7	+13051,5
м. Київ	-10105251,5	-891729,5	-14303917	+4226096,4	-2537082

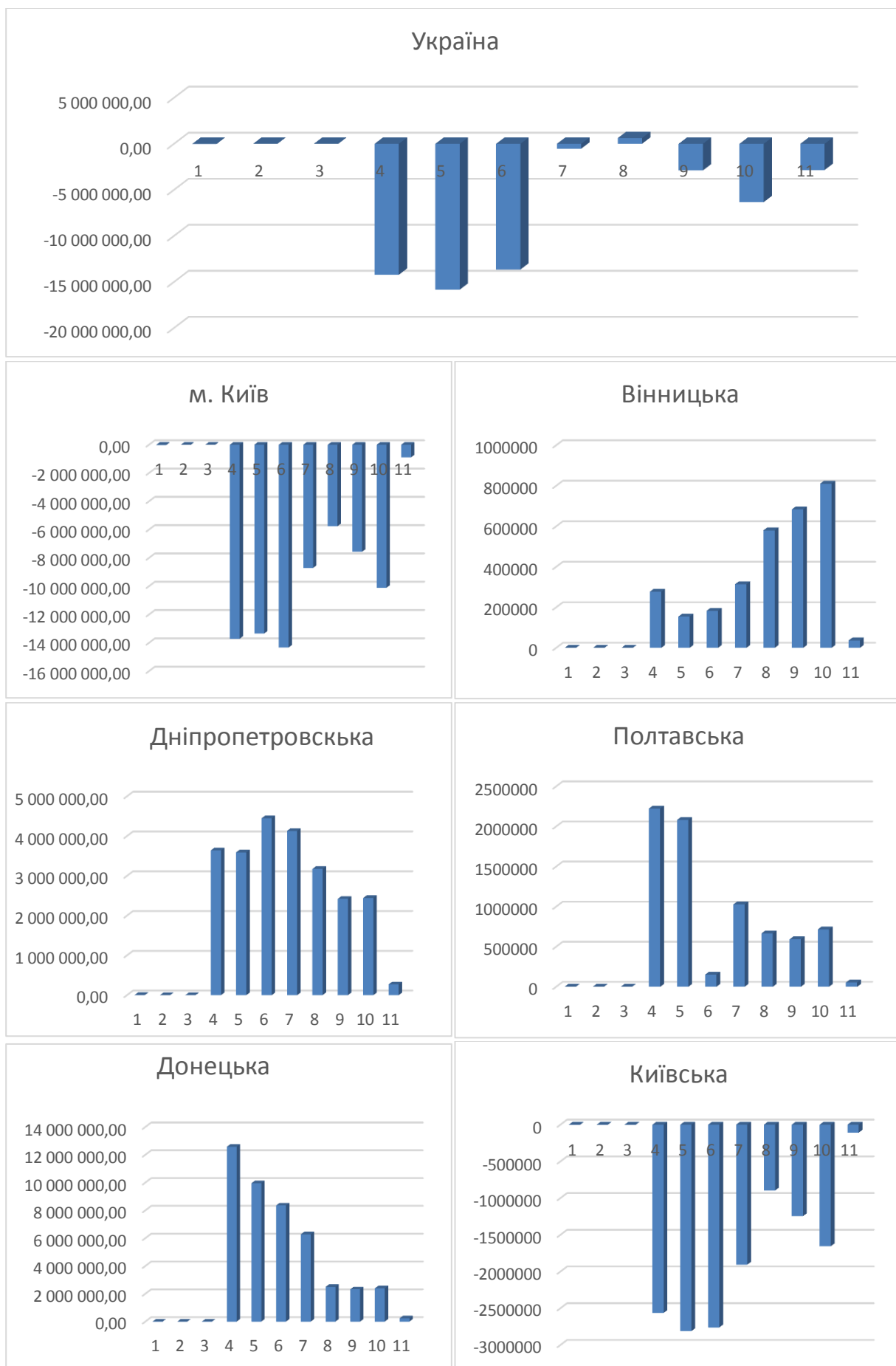


Рис. 2.



Рис. 2. (закінчення)

Графічні матеріали за даними показниками зовнішньої торгівлі регіонів свідчать, що пасивний торговий баланс України складається з регіональних сальдо, які є частково позитивними у Дніпропетровському, Донецькому, Вінницькому, Полтавському та Чернівецькому регіонах. Причому стабільно нарощують торгові обороти Вінницька та Чернівецька області, тоді як інші області мають деякий спад у зв'язку з політичними та структурно-орієнтовними змінами української економіки. Імпортозалежними є Київська, Харківська, Львівська та Одеська області.

Аналіз геополітичного складника зовнішньоторговельних відносин України за період 2008–2018 рр. виявив:

- взаємозв'язок падіння та зростання обсягів імпорту та експорту в торгівлі з окремим інтеграційним об'єднанням;
- лідируючі показники у структурі зовнішньої торгівлі з країнами СНД до 2013 р. включно;
- стабільну тенденцію повільного збільшення питомої ваги ЄС у зовнішньоторговельних операціях із 2014 р. та одночасне стрімке падіння частки СНД у зовнішньоторговельних операціях України;
- серед результатів реалізації «Програми просування інтересів України у світі» відзначено структурні зміни у географії експорту з 2014 р., а саме суттєве падіння обсягів експортно-імпортних поставок із РФ, Туреччиною, Білорусією, Казахстаном та іншими традиційними країнами-партнерами; повільне зростання експортно-імпортних поставок до перспективного азійського ринку Таїланду, Бангладеш, Філіппін, Японії.

Висновки. Проведений аналіз свідчить, що Україна станом на 2018 р. пододала основні ризики та шоки, пов'язані зі зміною геополітичної стратегії, побудовою нової структури міжнародних економічних відносин, переорієнтацією виробництва і зовнішньої торгівлі в Україні. Угода про Асоціацію між Україною та ЄС змінила напрями зовнішньої торгівлі країни. Значно скоротився зовнішній товарообіг із країнами СНД, проте країни Європи та Азії отримали більшу частку в експорті та імпорті України, однак загальні обсяги показників зовнішньої торгівлі значно зменшилися внаслідок кризових явищ, що виникли в українській економіці з 2014 р. У перспективі можливе нарощування поставок товарів до країни ЄС та спроби переорієнтуватися на менш вимогливі ринки країн Азії, Далекого Сходу та Африки, що вже можна спостерігати в останніх змінах географічної структури експорту України.

Експортні позиції також зазнали змін на геополітичному рівні. Динаміка зовнішньоторговельного обороту свідчить про значне скорочення зовнішньоторговельних операцій України. Крім зниження світових цін на сировину, несприятливу кон'юнктуру світового ринку, Україна змінила пріоритети щодо зовнішньоекономічного партнерства. Завоювання нових ринків та вихід на стійкі, висококонкурентні зовнішні торговельні простори потребує часу та деяких внутрішніх змін у підходах до виробництва та налагодженні нових партнерських зв'язків.

Підписання ключових договорів про вільну торгівлю із цілою низкою країн відкрило нові перспективи для української торгівлі. Проте зона вільної торгівлі лише тоді позитивно впливає на економіку країн, коли вона є симетричною, тобто країни-учасниці мають приблизно однаковий рівень економічного розвитку та ведуть торгівлю еквівалентною продукцією. Якщо країни різняться в економічному розвитку, виникає загроза відтоку ресурсів із менш розвиненої країни – виробника сировини, якою нині є Україна.

Погіршення російсько-українських економічних відносин позначилося на торгівлі України з іншими країнами СНД (Білорусією, Узбекистаном та Казахстаном). Основні зміни торкнулися високотехнологічних галузей, а саме військової, авіаційної та аерокосмічної. Нині Україна втратила позиції в експорті продукції даних галузей, оскільки зруйновано виробничі зв'язки та торгові відносини. Сегмент високотехнологічного виробництва потребує значної державної уваги, кредитної, податкової та інвестиційної підтримки, що зміцнить позиції даних галузей на міжнародних ринках та матиме значний вплив на побудову архітектури міжнародних економічних відносин та зовнішньої торгівлі. Важливо на шляху євроінтеграції, розвитку зони вільної торгівлі України не ступити на шлях деіндустріалізації, використовувати конкурентні позиції України не тільки природного та кліматичного характеру, а також у сфері науки та високотехнологічної продукції. На цьому шляху держава та великий бізнес повинні об'єднатися на рівні вирішення внутрішніх виробничих проблем та зовнішньої роботи з просування нашої продукції на рівні посольств та торгових представництв у

різних країнах заради збереження високотехнологічного експортного потенціалу України, розширення географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі та розширення товарної структури.

Інтеграційні кроки вітчизняної економіки до світових глобальних заходів сприяють розширенню можливостей України. Питання зростання добробуту населення, підвищення якості та рівня його життя, зміцнення позицій на міжнародних ринках, оновлення та якісні перетворення у міжнародної торгівлі мають стати центром урядової політики для розвитку вітчизняної економіки. Зміни умов і можливостей співпраці України із зарубіжними партнерами, нові напрями міжнародної торгівлі стають тривалими, формують закономірності та тенденції економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Energy security paradigm, structure of geopolitics and international relations theory: from global south perspectives NK Mohapatra. *GeoJournal*, 2017. Springer.
2. Norm Bedford (USA), William Hutchison (Canada), Sofie Bedford (Sweden) Ukraine's global strategy in the post-crisis economy: developing an intelligent nation to achieve a competitive advantage.
3. Havlik P. (2010). Ukraine, the European Union and the International Community: Current Challenges and the Agenda for Overcoming the Stalemat. *International Monetary Fund Press Release* 2010. № 10305. July 28.
4. Huot N. and Kakinaka M. Trade Structure and Trade Flows in Cambodia: A Gravity Model. *ASEAN Economic Bulletin*. 2007. Vol. 24. № 3. P. 305–319.
5. Millward J.A. *Eurasian Crossroads: A History of Xinjiang*. New York: Columbia University Press, 2007
6. Fauve A., and Gintrac C. Production de l'espace urbain et mise en scène du pouvoir dans deux capitales 'présidentielles' d'Asie Centrale. *L'espace politique*. 2009. № 2.
7. Emerson M. and Vinokurov E. Optimisation of Central Asian and Eurasian Trans-Continental Land Transport Corridors. *Europe-Central Asia Monitoring Working Paper*. 2009. № 7.
8. Belay Seyoum. *Export–Import Theory, Practices, and Procedures*. NY. : International Business Press, 2000. 485 p.
9. Masaaki K., Helsen K. *Global Marketing Management*. NY. : John Wiley & Sons. Inc. (Second Edition), 2001. 741 p.
10. Bjarne S. Jensen, Wong Kar Yiu. *Dynamics, Economic Growth, and International Trade* (Studies in International Economics (Ann Arbor, Mich.)). University of Michigan, 2006. 233 p.
11. Kruger A.I., Tuncer A. Estimating total factor productivity growth in a developing country. *World Bank Staff Working Paper*, 422. Washington, 2002. P. 87–100.
12. Awares R., Lopes R. Exporting and Performance: Evidence from Chilean Planrs. *Canadian Journal of Economics*. 2005. Vol. 38. № 4. P. 1384–1400.
13. Michaelly M. Exports and growth: an empirical investigation. *Journal of Development Economics*. 2003. № 4. P. 49–53.
14. Branch A.E. *Element of Export Marketing and Management*. Second edition. Charman and Hall, 1990. 316 p.
15. Черчик Л.М. Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*. 2015. №. 2. С. 21–26.

16. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ : монографія / А.А. Мазаракі та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 309 с.
17. Кутідзе Л.С. Визначення стратегічних домінант ефективного використання експортного потенціалу регіону. *Бізнес Інформ*. 2014. № 11. С. 53–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_10.
18. Зінов'єв Ф.В., Якушев О.О. Ефективність використання експортного потенціалу України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2012. № 2(18). Т. 2. С. 401–410.
19. Дружиніна В.В., Різніченко Л.В. Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 7. С. 246–252.
20. Іващук С.П. Розвиток експортного потенціалу в сучасній інтеграційній стратегії України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.02 ; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ, 2011. 20 с.
21. Геращенко І.О. Шляхи підвищення експортного потенціалу промислових підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 48. С. 99–105.
22. Бестужева С.В. Методичні засади оцінки експортного потенціалу регіону. *Регіональна економіка*. 2010. № 5. С. 75–82.
23. Байрак В.М. Організаційно-економічні механізми підвищення експортного потенціалу інвестиційного комплексу України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 ; Українська академія зовнішньої торгівлі. Київ, 2002. 18 с.
24. Большой экономический словарь / под ред. проф. А.Н. Азриляна ; 4-е изд., доп. и перераб. Москва : Институт новой экономики, 1999. 1248 с.
25. Михайловский В.П. Формирование новой парадигмы развития внешне-экономической деятельности региона : автореф. дис. ... д.э.н. : 08.00.05 ; Рос. экон. академия им. Плеханова. Москва, 2003.
26. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : навчальний посібник ; 2-е вид. Київ : Вікар, 2002. С. 295.
27. Лазарева О.В., Вакар К.В. Розвиток експортного потенціалу аграрного сектора економіки України в умовах глобалізації. *Агросвіт*. 2019. № 1–2. С. 3–9. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2792&i=0>.
28. Сейфуллаева М.Э., Капицын В.М. Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики. *Регион*. 2006. № 3. С. 93–111.
29. Скорнякова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління про-цесом формування : монографія. Київ : Наук. світ, 2006.
30. Гордеева Т.Ф., Циганкова Т.М. Міжнародні організації : навчально-методичний посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 183 с.
31. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. *Міжнародна економічна політика*. 2008. Вип. 1–2. 271 с. URL: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mep/2009_8_9/.../10_Melnuk1.pdf.
32. Зовнішня торгівля України: статистичний збірник. Київ, 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
33. Співробітництво між Україною та країнами ЄС: статистичний збірник. Київ, 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Пересадько Г.О.

*доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і підприємництва
Сумського державного університету,
фінансовий директор
Waste Management Systems INC, США*

Підлісна О.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РИНКОВОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

У роботі обґрунтовано методологію організації стратегічних маркетингових досліджень через оцінювання динамічної стійкості ринкової позиції промислових підприємств. Оцінка динамічної стійкості ринкової позиції є інструментом якісного аналізу, тоді як планування тактичних заходів потребує кількісних орієнтирів під час реалізації вибраної стратегії розвитку промислових підприємств. Здійснено групування індикаторів розвитку промислових підприємств машинобудування та хімічної промисловості України. За допомогою методів регресійного та декомпозиційного аналізів виявлено циклічність окремих індикаторів розвитку підприємств. Розроблення стратегічної політики розвитку промислових підприємств як напряму поліпшення їхнього стану передбачає ідентифікацію спектра конкурентних переваг, які підприємство має й може в перспективі отримати у зв'язку з реалізацією стратегічної політики.

Однією з причин тривалої кризи у вітчизняній промисловості є неефективність традиційних технологій, методів та інструментів взаємодії промислових підприємств зі споживачами продукції. Вплив четвертої технологічної революції призводить до скорочення життєвого циклу товарів та домінування нецінових чинників над ціновими з позиції забезпечення відповідності споживчим вимогам, активізації розвитку цифрових технологій, зниження витратності виробничих та логістичних процесів, персоналізації виробництва і споживання.

Усе це вимагає від промислових підприємств синхронізації своєї виробничої діяльності та потреб ринку, фокусування на конкурентних перевагах та формування інтегрованого механізму постійної взаємодії зі споживачами, індивідуалізації маркетингових комунікацій на ринку збуту через формування нових підходів до організації, змісту та інструментарію маркетингових досліджень промислових підприємств. У сучасних умовах маркетингові дослідження мають перетворитися на базис клієнтоорієнтованої концепції розвитку сучасного промислового підприємства, стати не лише механізмом

отримання різноцільових та неоднорідних даних із ринку, а й способом трансформації цієї інформації в конкурентні переваги промислових підприємств під час збуту продукції.

В умовах економічних перетворень в Україні вітчизняна промисловість інтегрується у глобальні правила торгівлі шляхом упровадження світових стандартів якості управління, виробництва та логістики. Водночас динаміка обсягів реалізованої продукції промислових підприємств та експорту товарів, позиція України за даними міжнародних рейтингів конкурентоспроможності вказують на значний нереалізований потенціал розвитку промислових підприємств та збуту продукції на міжнародних ринках.

Вступ. Рациональна діяльність промислових підприємств та ефективна реалізація виробленої ними продукції, товарів, робіт і послуг ґрунтується на побудові виваженої коротко та довгострокової стратегічної політики розвитку підприємств. Зважаючи на сучасне динамічне становлення економічних процесів та трансформацію усталених законів організації торговельних відносин на ринку, у підприємств виникає необхідність забезпечувати свою стабільну позицію за рахунок визначення пріоритетного вектору у формуванні стратегічної політики – досягнення високої ринкової позиції.

Ринкова позиція, або конкурентоспроможність, підприємства базується на низці переваг, які за своєю сутністю є здатністю промислових підприємств до залучення і збереження існуючих клієнтів. В умовах сьогодення за рахунок конкурентних переваг підприємство може пристосуватися до мінливих умов зовнішнього середовища та посилювати свої позиції на внутрішньому ринку. Вивчення конкурентних переваг у розрізі стратегічної політики розвитку підприємств є цілком виправданим, оскільки діяльність промислових підприємств повинна бути інноваційною та гнучкою, що визначається лише на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії всіх функціональних сфер роботи підприємства. Отже, динамічні та структурні перетворення в глобальній економіці свідчать про необхідність забезпечення не стільки конкурентної ринкової позиції промислового підприємства в певний момент часу, скільки її динамічної стійкості та адаптивності, тобто здатності підтримувати конкурентні переваги на ринку під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників.

Таким чином, розроблення стратегічної політики розвитку промислових підприємств як наряду поліпшення їхнього стану передбачає ідентифікацію спектра конкурентних переваг, які підприємство має й може в перспективі отримати у зв'язку з реалізацією стратегічної політики. Ураховуючи той факт, що конкурентні переваги підприємств є досить мінливими і підпадають під значний вплив як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, великого значення набуває розроблення науково-методологічного підґрунтя для формування стратегічної політики розвитку підприємств

машинобудування та хімічної промисловості на основі динамічної стійкості ринкової позиції, яка передбачає таку послідовність етапів:

- визначення чутливості ринкової позиції підприємств машинобудування та хімічної промисловості до змін у конкурентних перевагах;
- ідентифікація стратегічної політики (типу стратегії) розвитку підприємств машинобудування та хімічної промисловості виходячи з досягнутої ринкової позиції;
- визначення ймовірності використання підприємствами машинобудування та хімічної промисловості певної стратегічної політики розвитку за допомогою проведення дискримінантного аналізу.

1. Визначення чутливості ринкової позиції промислових підприємств до змін у конкурентних перевагах

Перший етап моделювання базується на еластичності (чутливості) наявних конкурентних переваг. Рівень чутливості демонструє ступінь впливу факторних ознак на відносну зміну результативної ознаки. Залежно від отриманого значення чутливості умовно можна розділити дані переваги на високоеластичні, еластичні та нееластичні (або високий, середній та низький рівні чутливості відповідно) [1].

Дана методика передбачає трансформацію наявних недоліків або відсутність конкурентних переваг у їх набуття в перспективі. Тобто на основі таблиць зумовленості конкурентних переваг внутрішніми і зовнішніми чинниками формування ринкової позиції підприємств машинобудування та хімічної промисловості в комірках із нульовим значенням (відсутності конкурентної переваги) необхідно встановлювати одиничне значення з подальшим обчисленням можливої нової оцінки ринкової позиції та її чутливості до змін, використовуючи таку формулу:

$$Ch_{ki} = \frac{CP_{ki}^* - CP_k}{CP_k} \cdot 100\%, \quad (1)$$

де Ch_{ki} – чутливість зміни оцінки (абсолютної) ринкової позиції k -го підприємства машинобудування та хімічної промисловості за i -ою конкурентною перевагою;

CP_k – оцінка (абсолютна) ринкової позиції k -го підприємства машинобудування та хімічної промисловості до внесення змін;

CP_{ki}^* – нова оцінка (абсолютна) ринкової позиції k -го підприємства машинобудування та хімічної промисловості після внесення змін у напрямі використання додаткової i -ої конкурентної переваги.

Дослідження чутливості конкурентних переваг до підвищення ринкових позицій на ринку машинобудування проводиться на основі аналізу показників ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе», АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», АТ «Мотор Січ», ДП «Зоря-Машпроект» та інших підприємств. Розглянемо більш детально формування перспективних напрямів підвищення ринкової позиції підприємств машинобудування та

хімічної промисловості. У графах допоміжних таблиць наведено не всі показники, а лише ті, що приймають нульові значення, й у підприємства є можливість їх поліпшити (підвищити чи знизити) та отримати додаткову конкуренту перевагу, тобто поставити у відповідній комірці одиничне значення.

На основі детального аналізу наведемо одержані результати, де CA_1 – трудомісткість; CA_2 – фондівдача; CA_3 – енергоємність виробництва; CA_4 – коефіцієнт оновлення обладнання; CA_5 – введення нового виробництва (упровадження нових технологій) за останні п'ять років; CA_6 – інвестиції в основні засоби; CA_7 – сума витрат, витрачена на підвищення кваліфікації працівників; CA_8 – плинність кадрів; CA_9 – досвід персоналу; CA_{10} – співвідношення управлінського та виробничого персоналу; CA_{11} – наявність головного підприємства та філій чи єдине підприємство; CA_{12} – участь працівників у прибутку підприємства; CA_{13} – медичне страхування, страхування життя; CA_{14} – частка НДДКР у загальному обсязі витрат; CA_{15} – обсяги реалізації інноваційної продукції до загального обсягу реалізації; CA_{16} – частка прав на патенти, ліцензії на використання винаходів, промислових зразків, «ноу-хау» до всіх форм придбання інновацій; CA_{17} – національний кредитний рейтинг; CA_{18} – котирування акцій на біржі; CA_{19} – сплата дивідендів; CA_{20} – тривалість співробітництва з одним споживачем та партнером; CA_{21} – сертифікація продукції за внутрішніми та міжнародними стандартами; CA_{22} – тривалість знаходження підприємства на ринку; CA_{23} – політична ситуація в регіоні; CA_{24} – рівень цін порівняно із середньоринковим (у межах базових видів продукції); CA_{25} – диверсифікація портфелю (не більше 30% одного виду продукції); CA_{26} – співвідношення обсягів замовлень із Митним союзом та ЄС і іншими розвинутими країнами; CA_{27} – кількість персональних комп'ютерів на 100 працівників; CA_{28} – кількість представництв в інших країнах; CA_{29} – рівень сайту (кількість заходжень та згадувань в Інтернеті).

Серед напрямів підвищення ринкової позиції ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе» спостерігаються три рівні чутливості: низький, для якого показник Ch_{ki} приймає значення 1,75%; середній – 3,51% та високий – 5,26%.

Отже, незначне підвищення ринкової позиції розглянутого промислового підприємства можливе за рахунок поживавлення виробничих, кваліфікаційних, організаційних та економічних внутрішніх чинників, а також кон'юнктурних та інформаційно-комунікаційних зовнішніх чинників. Зазначені незначні зміни відбуваються в межах поліпшення всіх показників, окрім: CA_{12} – участь працівників у прибутку підприємства; CA_{13} – медичне страхування, страхування життя; CA_{15} – обсяги реалізації інноваційної продукції до загального обсягу реалізації; CA_{16} – частка прав на патенти, ліцензії на використання винаходів, промислових зразків, «ноу-хау» до всіх форм придбання інновацій.

Оптимальні зміни, які будуть достатніми для мінімального підвищення ринкових позицій, стосуються організації продуктивного виробничого процесу, ефективної організації трудових ресурсів та забезпечення їх

відповідною кількістю обладнання, наприклад комп'ютерною технікою, та орієнтації на зовнішній ринок із метою відповідності його сучасній кон'юктурі.

Відносно суттєве поліпшення стану ринкових позицій ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе» відбувається в розрізі технологічних, управлінських, інноваційних внутрішніх чинників та якісних, збутових зовнішніх за всіма показниками, крім тих, що зумовлюють рівень чутливості 5,26% зміни. Тобто перехід підприємства до інноваційно активної діяльності є шляхом до підвищення якості продукції, яке досягається за рахунок удосконаленого технологічного процесу, використання сучасних основних фондів, оптимізації трудових ресурсів та розширення каналів продажу.

Високий рівень чутливості зміни ринкової позиції спостерігається лише в розрізі іміджевого зовнішнього чиннику за такими показниками, як CA_{17} – національний кредитний рейтинг; CA_{18} – котирування акцій на біржі; CA_{19} – сплата дивідендів.

Отже, можна зробити висновок, що стійке, тривале високе позиціонування ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе» є найбільш впливовим чинником формування ринкових позицій на ринку, оскільки є знаком досвіду роботи та сформованого іміджу компанії. Велике значення мають також чинники, пов'язані з інноваційною діяльністю, оскільки перехід до новітніх технологій, як правило, розширює клієнтський сектор та залишає позаду виробників неякісного обладнання та тих, які неефективно використовують наявні фінансові ресурси. Незначні зміни, які можна здійснити без витрачання великих грошових ресурсів, стосуються внутрішньої роботи підприємства, що дасть змогу мінімально посилити ринкові позиції.

Слід зазначити, що подібні тенденції набуття конкурентних переваг на прикладі ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе» характерні для всіх вітчизняних підприємств даної галузі. Підтвердженням цьому є отримані результати в розрізі як розглянутого ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе», так і АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», АТ «Мотор Січ» та інших підприємств (табл. 1).

Аналіз таблиці дає змогу стверджувати, що ринкова позиція розглянутих підприємств найбільш чутлива до іміджевих зовнішніх чинників, причому якщо для ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе» і ДП «Зоря-Машпроект» важливим чинником є ринкова вартість капіталу та сплата дивідендів, то для АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» і ПАТ «Мотор Січ» провідну роль відіграє рекламна політика. Щодо ПАТ «Газпромкомплект», ПАТ «Факел», ПАТ «Дніпровський машинобудівний завод» та ПАТ «Донецький завод «Продмаш», то імідж цих підприємств також залежить від установлених контактів із клієнтами (тривалість співробітництва з одним споживачем та партнером), досвіду діяльності та відповідності продукції внутрішнім та міжнародним стандартам.

Таблиця 1

**Визначення перспективних напрямів підвищення ринкової позиції
машинобудівних підприємств**

Машино-будівні підприємства	Рівень чутливості			
	низький	середній	високий	Позначення
1	2	3	4	5
ПАТ «СМНВО ім. М. В. Фрунзе»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно-комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₁₀ ; CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₁₃ ; CA ₁₅ ; CA ₁₆ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇	CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ;	показники
ПАТ «Сумський завод «Насосенергомаш»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні, економічні внутрішні та кон'юнктурні, інформаційно-комунікаційна	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₁₆ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₁₃ ; CA ₁₅ ; CA ₁₆ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₂₈ ; CA ₂₉	показники
ПАТ «Мотор Січ»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні, економічні внутрішні та кон'юнктурні, інформаційно-комунікаційна	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₃ ; CA ₆ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇ ; CA ₂₈	CA ₃ ; CA ₆ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₁₃ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇ ; CA ₂₈	CA ₂₈	показники
ДП «Зоря-Машпроект»	Організаційні, економічні внутрішні та кон'юнктурні, інформаційно-комунікаційна	Управлінські внутрішні та збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₃ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	показники
ПАТ «Газпромкомплект»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні, економічні внутрішні, інформаційно-комунікативні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₃ ; CA ₅ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₁₁ ; CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₂₈	CA ₃ ; CA ₅ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₁₁ ; CA ₁₃ ; CA ₁₄ ; CA ₁₅ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈	CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈	показники
ПАТ «Факел»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні, економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно-комунікативні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
ПАТ «Факел»	CA ₁ ; CA ₃ ; CA ₇ ; CA ₁₀ ; CA ₁₁ ; CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₂₄ ; CA ₂₈ , CA ₂₉	CA ₁ ; CA ₃ ; CA ₇ ; CA ₁₀ ; CA ₁₁ ; CA ₁₃ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₄ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	показники
ПАТ «Дніпровський машинобудівний завод»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні, економічні внутрішні, кон'юктурні та інформаційно- комунікативні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₆ ; CA ₇ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₇ ; CA ₂₄ ; CA ₂₅ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁ ; CA ₆ ; CA ₇ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₅ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₄ ; CA ₂₅ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁₇ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	показники
ПАТ «Донецький завод «Продмаш»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні, управлінські, економічні внутрішні, кон'юктурні та інформаційно- комунікативні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₅ ; CA ₈ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₆ ; CA ₁₇ ; CA ₂₄ ; CA ₂₅ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆	CA ₅ ; CA ₈ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₃ ; CA ₁₆ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₃ ; CA ₂₄ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆	CA ₁₇ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₃	показники

Розглядаючи чинники, які мають середній вплив на зміну ринкових позицій, варто зауважити про подібні тенденції до ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе», де винятком виступає ДП «Зоря-Машпроект» (достатньо лише здійснити заходи з оптимізації управлінського персоналу та пошуку нових каналів збуту).

Мінімальні зрушення у підвищенні конкурентних переваг підприємств можливі за рахунок зміни виробничих, організаційних, кваліфікаційних, економічних та інформаційно-комунікаційних чинників. Причому слід зазначити, що для ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе», АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», АТ «Мотор Січ», ПАТ «Газпромкомплект», ПАТ «Факел» та ПАТ «Дніпровський машинобудівний завод» основним напрямом внутрішніх змін виступають показники, що відображають забезпечення та ефективність виробництва необхідними ресурсами, тобто трудомісткість, фондівіддачу, енергоємність виробництва, введення нового обладнання. Тенденції визначають, що для вітчизняних підприємств однією з основних проблем неефективного виробництва є застарілість обладнання та технологічних процесів, тому її вирішення ініціюватиме зміни інших показників внутрішнього середовища і в результаті показників зовнішнього середовища, що сприятиме комплексній роботі підприємства над підвищенням своїх ринкових позицій.

Аналогічно до оцінки чутливості ринкових позицій підприємств машинобудівної галузі здійснимо розрахунки для підприємств хімічної промисловості. Дослідження проводиться на основі даних ПАТ «Київгума», ПАТ «Сумхімпром» та інших хімічних підприємств. Систематизувавши

отримані результати, можемо проаналізувати основні шляхи підвищення конкурентних переваг та вплив на них перерахованих чинників (табл. 2).

Дані табл. 2 свідчать про відсутність значних відмінностей впливу чинників на ринкові позиції в розрізі підприємств хімічної галузі, і за рівнями чутливості розподіл чинників є подібним до машинобудівних підприємств.

Таблиця 2

Визначення перспективних напрямів підвищення ринкової позиції підприємств хімічної промисловості

Підприємства хімічної промисловості	Рівень чутливості			
	низький	середній	високий	Позначення
1	2	3	4	5
ПАТ «Київгума»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно-комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₂ ; CA ₄ ; CA ₅ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₁₀ ; CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₆ ; CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₄ ; CA ₂₆ ; CA ₂₉	CA ₂ ; CA ₄ ; CA ₅ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₁₀ ; CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₆ ; CA ₂₀ ; CA ₂₂ ; CA ₂₄ ; CA ₂₆ ; CA ₂₉	CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₀ ; CA ₂₂ ; CA ₂₉	показники
ПАТ «Сумихімпром»	Виробничі, кваліфікаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно-комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₇ ; CA ₁₆ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₄ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₇ ; CA ₁₃ ; CA ₁₅ ; CA ₁₆ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₄ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈ ; CA ₂₉	показники
ПрАТ «Поліпласт»	Виробничі, кваліфікаційні та економічні внутрішні та інформаційно-комунікаційні	Технологічні, організаційні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₉ ; CA ₁₀ ; CA ₁₆ ; CA ₁₈ ; CA ₂₈	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₇ ; CA ₈ ; CA ₉ ; CA ₁₀ ; CA ₁₄ ; CA ₁₅ ; CA ₁₆ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₉	CA ₁₈ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈	показники
ВАТ «Київхімволокно»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно-комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₅ ; CA ₇ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇	CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₅ ; CA ₇ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₄ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₅ ; CA ₂₆ ; CA ₂₇	CA ₁₇ ; CA ₁₈ ; CA ₁₉ ; CA ₂₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂	показники

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5
ПАТ «ДніпроАзот»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно- комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₆ ; CA ₁₈ ; CA ₂₄ ; CA ₂₅ ; CA ₂₇	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₉ ; CA ₁₁ ; CA ₁₂ ; CA ₁₃ ; CA ₁₆ ; CA ₂₀ ; CA ₂₄ ; CA ₂₅ ; CA ₂₇	CA ₁₈ ; CA ₂₀	показники
ПАТ «Концерн «Стирол»	Виробничі, кваліфікаційні, організаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні та інформаційно- комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові		чинники
	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₁₆ ; CA ₂₆	CA ₁ ; CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₆ ; CA ₁₀ ; CA ₁₂ ; CA ₁₄ ; CA ₁₆ ; CA ₂₆		показники
ПАТ «Алчевський коксохімічний завод»	Виробничі, кваліфікаційні та організаційні внутрішні, інформаційно- комунікаційні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові	Іміджеві	чинники
	CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₅ ; CA ₈ ; CA ₉ ; CA ₁₀ ; CA ₁₆ ; CA ₂₈	CA ₂ ; CA ₃ ; CA ₄ ; CA ₅ ; CA ₈ ; CA ₉ ; CA ₁₀ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈	CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₈	показники
ВАТ «Донтехгума»	Виробничі, кваліфікаційні та економічні внутрішні, кон'юнктурні	Технологічні, управлінські, інноваційні внутрішні та якісні, збутові зовнішні	Іміджеві	чинники
	CA ₁ ; CA ₃ ; CA ₇ ; CA ₁₈ ; CA ₂₅	CA ₁ ; CA ₃ ; CA ₇ ; CA ₁₃ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃ ; CA ₂₅	CA ₁₈ ; CA ₂₁ ; CA ₂₂ ; CA ₂₃	показники

Так, іміджевий чинник зумовлює найбільші коливання, що залежать від сертифікації продукції за внутрішніми та міжнародними стандартами, тривалості знаходження підприємства на ринку, політичної ситуації в регіоні та позиціонування підприємства на фінансовому ринку (кредитний рейтинг, котирування акцій, сплата дивідендів та ін.).

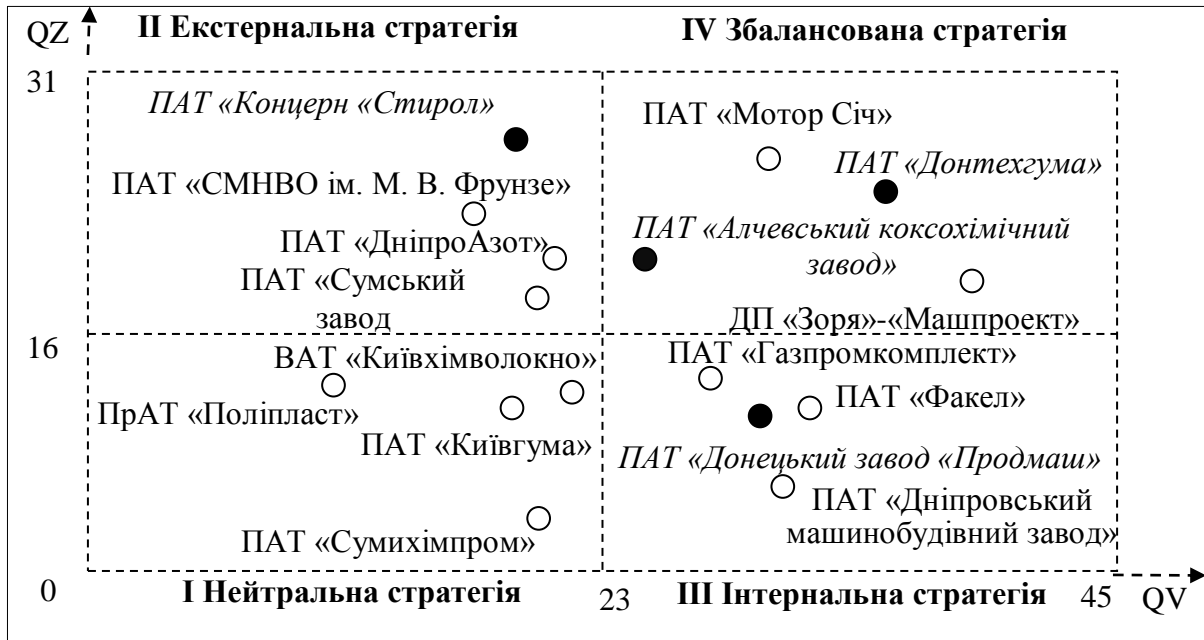
Поділ чинників, які зумовлюють середню та низьку чутливість конкурентних переваг, є практично сталим, окрім організаційних факторів, цей чинник для більшості підприємств несуттєво впливає на зміну конкурентних переваг, однак для ПАТ «Сумихімпром», ПрАТ «Поліпласт» та ВАТ «Донтехгума» зростання (зменшення) даного чинника на одиницю зумовлює зростання (зменшення) конкурентних переваг на 2,63%, 4,88% та 2,63% відповідно, що вказує на середню чутливість. Це означає, що для даних підприємств діюча організаційна структура є менш ефективною, ніж в інших, і досягнення її структурованості, гнучкості та прогресивності є одним із впливових чинників підвищення конкурентних переваг.

2. Стратегічна політика розвитку промислових підприємств

Здійснивши оцінку чутливості конкурентних переваг для підприємств хімічної та машинобудівної промисловості, перейдемо до наступного етапу дослідження – ідентифікації стратегій діяльності підприємств машинобудування та хімічної промисловості виходячи з досягнутої ринкової позиції на ринку. На даному етапі вибирається одна зі стратегій, зважаючи на вже визначені конкурентні переваги, і передбачається, що в перспективі підприємство буде розвиватися в тому ж напрямі.

Для визначення виду стратегії діапазон можливих значень досягнутих конкурентних переваг за рахунок внутрішніх чинників (від 0 до 45) пропонується розбити на чотири квартали та розглядати перший і другий квартали як характеристику однієї групи стратегічної політики, а третій і четвертий – іншої групи. Аналогічні групування пропонується провести й на множині можливих сум бінарних показників у розрізі зовнішніх чинників від мінімального 0 до максимального 31. Окрім того, необхідно відзначити, що сума досягнутих конкурентних переваг набуває лише цілих чисел, тому як верхню межу другого кварталу та нижню межу третього вибираються 23 числа в розрізі внутрішніх чинників і 16 – зовнішніх, що вимагає округлення до найближчого цілого числа.

Отже, за результатами проведеного розбиття сум бінарних показників на квартали пропонується виділити чотири квадранти, кожен з яких відповідатиме формуванню певної стратегічної політики (рис. 1).



Примітка: QV – сума бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) у розрізі внутрішніх чинників; QZ – сума бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) у розрізі зовнішніх чинників.

Рис. 1. Розподіл підприємств машинобудування та хімічної промисловості в розрізі вибраних стратегій

Визначені стратегії мають низку характерних ознак, які визначають приналежність підприємства до кожної з них.

I Нейтральна стратегія – сума бінарних показників менше 23 одиниць у розрізі внутрішніх чинників та менше 16 у межах зовнішніх. Для підприємств машинобудування та хімічної промисловості даної групи характерна відсутність впливу окремо визначеної групи чинників, що залежать від вектора вибраної стратегії. Тобто, вибираючи нейтральну стратегію, підприємство намагається як найбільше мінімізувати негативний вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на свої ринкові позиції.

Ураховуючи той факт, що сучасний розвиток промислових підприємств потребує постійного вдосконалення виробництва, розширення масштабів діяльності, каналів продажу та зв'язку, відособленого підприємства з нейтральною стратегією в практиці не існує, однак, ураховуючи вплив даних чинників у меншому ступені порівняно з іншими стратегіями, можна виокремити окремі підприємства, серед яких – ПАТ «Київгума», ПрАТ «Поліпласт», ПАТ «Київхімволокно», а також ПАТ «Сумихімпром», які мають важкий фінансовий стан.

II Екстернальна стратегія – сума досягнутих конкурентних переваг менше 23 одиниць у розрізі внутрішніх чинників та більше 16 – у межах зовнішніх. Діяльність підприємств машинобудування та хімічної промисловості в межах даної стратегії зумовлена значним впливом на його ринкові позиції зовнішніх чинників. Екстернальний напрям функціонування характерний для підприємств, які віддають пріоритети формуванню конкурентних переваг у зовнішньому середовищі, тобто це формування іміджу, набуття та розширення інформаційно-комунікаційних зв'язків, залучення нових ринків збуту та ін. Яскравими представниками даної групи є ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе» та ПАТ «ДніпроАзот».

III Інтернальна стратегія – сума бінарних показників більше 23 одиниць у розрізі внутрішніх чинників та менше 16 – у межах зовнішніх. Для підприємств машинобудування та хімічної промисловості даної групи характерне переважання чинників внутрішнього середовища, тобто внутрішньої роботи самого підприємства. Їхні ринкові позиції значно залежать від виробничих, технологічних процесів, організації трудових ресурсів, у тому числі управлінського персоналу, введення інновацій та інших внутрішніх процесів. Як правило, вибір інтернальної стратегії не є поширеним, оскільки вона забезпечує незначне підвищення конкурентних переваг, тим більше зважаючи на стрімкий розвиток економіки, де залишаються лише конкурентоздатні промислові підприємства, вона є недоцільною.

IV Збалансована стратегія – сума досягнутих конкурентних переваг більше 23 одиниць у розрізі внутрішніх чинників та перевищує 16 у межах зовнішніх. Застосування даної стратегії дає змогу підприємствам машинобудування та хімічної промисловості продукувати конкурентні переваги як під дією внутрішніх, так і під дією зовнішніх чинників, а отже, забезпечувати різні рівні еластичності даних переваг до впливу зазначених чинників. Збалансована стратегія є найбільш оптимальною з погляду

підвищення ринкових позицій. Відповідно, у межах даної стратегії діють АТ «Мотор Січ» та ПАТ «Донтехгума».

3. Дискримінантний аналіз як метод визначення ймовірності використання промисловими підприємствами стратегічної політики розвитку

На останньому етапі вибору стратегії необхідно провести дискримінантний аналіз, за допомогою якого визначається ймовірність (частота) використання підприємствами машинобудування та хімічної промисловості кожної з чотирьох стратегій. Окрім того, у рамках даного етапу будуються класифікаційні функції віднесення певного підприємства до тієї чи іншої стратегічної політики, що визначає як поточну діяльність, так і перспективи розвитку.

Отже, на основі даних таблиць оцінки (абсолютної, бальної) ринкової позиції кожного підприємства машинобудування та хімічної промисловості з розглянутої множини проведемо зазначені вище обчислення, скориставшись можливостями інструментального засобу Statistica «Дискримінантний аналіз». Для цього побудуємо проміжну таблицю систематизованих значень сум бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) за 16 розглянутими промисловими підприємствами. Враховуючи групування підприємств за критерієм стратегічної політики (нейтральної, екстернальної, інтернальної та збалансованої), описаної в межах другого етапу науково-методичного підходу, наведемо дані відповідності кожного з розглянутих промислових підприємств до одного із чотирьох кластерів.

Отже, проведення дискримінантного аналізу дало змогу отримати такі результати:

1. Побудовано класифікаційні функції групування підприємств машинобудування та хімічної промисловості в розрізі формування стратегічної політики (рис. 3), які дають змогу надати загальну характеристику кожного з чотирьох кластерів та в подальшому визначати відповідність (у вигляді ймовірності) нового розглянутого промислового підприємства до однієї з виділених груп на основі сум бінарних показників у розрізі внутрішніх і зовнішніх чинників.

Variable	Classification Functions; grouping: New			
	G_1:1 p=,25000	G_2:2 p=,25000	G_3:3 p=,25000	G_4:4 p=,25000
NewVar20	1,6414	1,8120	2,3246	2,7277
NewVar21	1,9670	2,9341	2,1706	3,2661
Constant	-28,8631	-47,8551	-47,2051	-77,2101

Примітка: NewVar20 – сума бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) у розрізі внутрішніх чинників; NewVar21 – сума бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) у розрізі зовнішніх чинників.

Рис. 2. Класифікаційна функція групування підприємств машинобудування та хімічної промисловості в розрізі формування стратегічної політики

Таблиця 3

**Вхідні дані проведення дискримінантного аналізу визначення ймовірності
використання підприємствами машинобудування та хімічної промисловості кожної з чотирьох стратегій
(нейтральної, екстернальної, інтернальної та збалансованої)**

№	Промислове підприємство	Номер показника характеристики ринкової позиції промислового підприємства																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	QV	QZ	Група
1	ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе»	0	0	0	0	3	0	2	2	3	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	2	2	2	3	2	3	0	0	3	3	14	21	2
2	АО «Сумський завод «Насосенергомаш»	0	0	0	3	3	5	0	0	3	0	2	0	0	3	0	0	2	2	2	2	2	3	2	0	0	0	0	0	0	19	17	2
3	Мотор Січ	3	2	0	3	3	0	2	2	3	0	2	0	0	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	3	0	0	3	29	24	4		
4	ДП «Зоря-Машпроект»	3	2	3	3	3	5	2	2	3	3	0	0	0	3	3	4	2	0	0	2	2	3	2	0	0	3	0	0	37	18	4	
5	ПАТ «Газпромкомплект»	3	2	0	3	0	5	0	0	3	3	0	2	0	0	0	4	0	0	2	0	0	2	3	2	0	3	3	0	0	26	14	3
6	ПАТ «Факел»	0	2	0	3	3	5	0	2	3	0	0	2	0	3	3	4	0	0	2	0	0	0	0	3	3	3	0	0	29	12	3	
7	ПАТ «Дніпровський машинобудівний завод»	0	2	3	3	3	0	0	2	0	3	0	2	1	3	0	4	0	2	2	2	0	0	0	0	0	3	3	0	0	28	10	3
8	ПАТ «Донецький завод «Продмаш»	3	2	3	3	0	5	2	0	0	3	0	0	0	3	3	0	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0	3	3	3	28	14	3
9	ПАТ «Київума»	3	0	3	0	0	5	0	0	3	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0	2	0	3	0	3	0	3	0	19	13	1	
10	ПАТ «Сумхімпром»	0	0	0	0	3	5	0	2	3	3	2	2	0	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3	0	0	0	0	20	8	1
11	ПрАТ «Поліпласт»	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	2	0	2	2	0	0	0	2	3	3	3	0	3	13	15	1
12	ВАТ «Київхімволокно»	3	2	0	0	0	5	0	2	0	3	0	2	1	0	3	4	0	0	0	0	0	3	2	0	0	3	0	0	3	22	14	1
13	ПАТ «ДніпроАзот»	0	0	3	0	3	0	2	2	0	3	0	0	0	3	3	0	2	0	2	0	2	3	0	0	0	3	0	3	21	18	2	
14	ПАТ «Концерн «Стирол»	0	0	0	0	3	0	2	2	3	0	2	0	1	0	3	0	2	2	2	2	2	3	2	3	0	3	3	3	20	25	2	
15	ПАТ «Алчевський коксохімічний завод»	3	0	0	0	0	5	2	0	0	0	2	2	1	3	3	0	2	2	2	0	0	0	2	3	3	3	0	3	24	19	4	
16	ВАТ «Донтехгума»	0	2	0	3	3	5	0	2	3	3	2	2	0	3	3	4	2	0	2	2	0	0	2	0	3	3	3	3	33	22	4	

Так, на основі даних рисунку запишемо математичні співвідношення у вигляді лінійних множинних регресійних рівнянь залежності ймовірності застосування підприємством кожної з чотирьох стратегічних політик від сум досягнутих конкурентних переваг:

$$\begin{aligned} p_1 &= -28,86 + 1,64 \cdot QV + 1,97 \cdot QZ \\ p_2 &= -47,86 + 1,81 \cdot QV + 2,93 \cdot QZ \\ p_3 &= -47,21 + 2,32 \cdot QV + 2,17 \cdot QZ \\ p_4 &= -77,21 + 2,73 \cdot QV + 3,27 \cdot QZ \end{aligned} \quad (2)$$

де QV – сума бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) у розрізі внутрішніх чинників;

QZ – сума бінарних показників (досягнутих конкурентних переваг) у розрізі зовнішніх чинників;

p_1 – ймовірність використання нейтральної стратегії;

p_2 – ймовірність використання екстернальної стратегії;

p_3 – ймовірність використання інтернальної стратегії;

p_4 – ймовірність використання збалансованої стратегії.

Отже, як видно з коефіцієнтів рівнянь біля змінних QV та QZ , для нейтральної, екстернальної та збалансованої стратегій зовнішні чинники здійснюють вагоміший вплив, аніж внутрішні. Протилежна тенденція спостерігається для інтернальної стратегії. Крім того, розглядаючи послідовно всі стратегії, варто відзначити зростання впливу досягнутих конкурентних переваг на результативний показник (ймовірність використання стратегії), тобто для нейтральної стратегії вплив найменший і, відповідно, коефіцієнти перед змінними першого рівняння системи найменші, тоді як для збалансованої стратегії вплив найсильніший та параметри четвертого рівняння системи набувають найбільшого значення порівняно з попередніми.

2. Проведено групування кожного з розглянутих 16 підприємств машинобудування та хімічної промисловості за групами стратегій (рис. 3), згідно з яким встановлено необхідність здійснення кластеризації (на 93,75%).

Group	Classification Matrix (Spreadsheet1.sta)				
	Rows: Observed classifications				
	Columns: Predicted classifications				
	Percent Correct	G_1:1 p=,25000	G_2:2 p=,25000	G_3:3 p=,25000	G_4:4 p=,25000
G_1:1	100,000	4	0	0	0
G_2:2	100,000	0	4	0	0
G_3:3	100,000	0	0	4	0
G_4:4	75,000	0	1	0	3
Total	93,750	4	5	4	3

Рис. 3. Класифікаційна матриця групування розглянутих підприємств машинобудування та хімічної промисловості за стратегіями

На рисунку представлено відсотки коректності групування в розрізі кожної стратегії: підприємства в межах перших трьох кластерів систематизовано правильно на 100%, а в розрізі четвертого кластеру – на 75%; кількість підприємств, однозначно віднесених до кожної групи стратегій, – 15 підприємств (сума по діагоналі) переважно застосовують лише одну стратегію, а одне підприємство здебільшого комбінує другу та четверту стратегічну політики. Більш детально протокол класифікації підприємств представлено на рис. 4, який доводить, що 15-е промислове підприємство, помічене зірочкою, більшою мірою застосовує декілька стратегій одночасно порівняно з іншими промисловими підприємствами.

Classification of Cases (Spreadsheet1.sta)					
Incorrect classifications are marked with *					
Case	Observed Classif.	1 p=,25000	2 p=,25000	3 p=,25000	4 p=,25000
1	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	G_4:4
2	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	G_4:4
3	G_4:4	G_4:4	G_2:2	G_3:3	G_1:1
4	G_4:4	G_4:4	G_3:3	G_2:2	G_1:1
5	G_3:3	G_3:3	G_1:1	G_2:2	G_4:4
6	G_3:3	G_3:3	G_1:1	G_4:4	G_2:2
7	G_3:3	G_3:3	G_1:1	G_2:2	G_4:4
8	G_3:3	G_3:3	G_4:4	G_1:1	G_2:2
9	G_1:1	G_1:1	G_3:3	G_2:2	G_4:4
10	G_1:1	G_1:1	G_3:3	G_2:2	G_4:4
11	G_1:1	G_1:1	G_2:2	G_3:3	G_4:4
12	G_1:1	G_1:1	G_3:3	G_2:2	G_4:4
13	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	G_4:4
14	G_2:2	G_2:2	G_4:4	G_3:3	G_1:1
* 15	G_4:4	G_2:2	G_4:4	G_3:3	G_1:1
16	G_4:4	G_4:4	G_3:3	G_2:2	G_1:1

Рис. 4. Класифікація розглянутих промислових підприємств за стратегіями

3. Визначено ймовірності використання кожним із 16 промислових підприємств конкретної стратегії з чотирьох можливих (нейтральної, екстернальної, інтернальної та збалансованої) (рис. 5). Проведемо аналіз та інтерпретацію отриманих розрахунків на прикладі першого підприємства ПАТ «СМНВО ім. М.В. Фрунзе». Дане підприємство на 97,57% застосовує екстернальну стратегію, на 2,40% – нейтральну, на 0,03% – інтернальну та на 0,01% – збалансовану. Аналогічно на основі граф 3–6 рис. 5 можна провести аналіз застосування всіх чотирьох стратегій іншими промисловими підприємствами.

У загальному вигляді розглянутий науково-методичний підхід можна представити на рис. 6.

Висновки. Підводячи підсумок, зазначимо, що ринкова позиція для більшості вітчизняних підприємств вибраних галузей промисловості найбільш чутлива до іміджевих чинників. Середній рівень чутливості характерний для технологічних, управлінських, інноваційних чинників.

Найменші зрушення в ринковій позиції промислових підприємств відбуваються під впливом кваліфікаційних, інформаційно-комунікаційних, виробничих та організаційних чинників. Проведений автором дискримінантний аналіз вибору промисловим підприємством кожної із запропонованих стратегій дає змогу стверджувати, що 13 із 16 підприємств використовують у своїй діяльності лише одну стратегію, тоді як АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», ПАТ «Київхімволокно» та ПАТ «Алчевський коксохімічний завод» схильні до комбінації різних стратегій.

		Posterior Probabilities (Spreadsheet1.sta)			
		Incorrect classifications are marked with *			
Case	Observed Classif.	G_1:1 p=,25000	G_2:2 p=,25000	G_3:3 p=,25000	G_4:4 p=,25000
1	G_2:2	0,02399	0,97566	0,00026	0,00006
2	G_2:2	0,31785	0,63353	0,04745	0,00114
3	G_4:4	0,00000	0,00566	0,00034	0,99399
4	G_4:4	0,00000	0,00002	0,00965	0,99031
5	G_3:3	0,08942	0,03232	0,86509	0,01315
6	G_3:3	0,01947	0,00169	0,97328	0,00554
7	G_3:3	0,05612	0,00059	0,94287	0,00040
8	G_3:3	0,02455	0,01248	0,93124	0,03171
9	G_1:1	0,90269	0,03759	0,05969	0,00001
10	G_1:1	0,95446	0,00037	0,04515	0,00000
11	G_1:1	0,90483	0,09367	0,00149	0,00000
12	G_1:1	0,55128	0,10073	0,34692	0,00105
13	G_2:2	0,10860	0,80084	0,07792	0,01263
14	G_2:2	0,00017	0,93899	0,00026	0,06056
* 15	G_4:4	0,01950	0,63097	0,13316	0,21635
16	G_4:4	0,00000	0,00028	0,00061	0,99910

Рис. 5. Імовірність застосування різних стратегій кожним із розглянутих підприємств

Комбінація різних стратегій дає змогу промисловим підприємствам захищати себе від руйнівного впливу чинників як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, а також надавати низку конкурентних переваг у межах кожної групи чинників. Таким чином, підводячи підсумок, справедливо зауважити, що підприємства мають можливість не тільки формувати стратегічну політику розвитку у межах наявних конкурентних переваг, а й застосувати систему заходів, що сприятимуть змінам факторних чинників, тим самим поліпшуючи власну конкурентну позицію.

Обґрунтовано методологію організації стратегічних маркетингових досліджень. Основними елементами даного оцінювання є визначення: 1) чутливості ринкової позиції промислових підприємств до змін у конкурентних перевагах; 2) типу стратегії промислових підприємств виходячи з наявності конкурентних переваг, здобутих від впливом зовнішніх чи внутрішніх чинників середовища промислових підприємств; 3) ймовірності використання та дотримання в майбутньому промислових підприємств певної стратегії на основі дискримінантного аналізу.

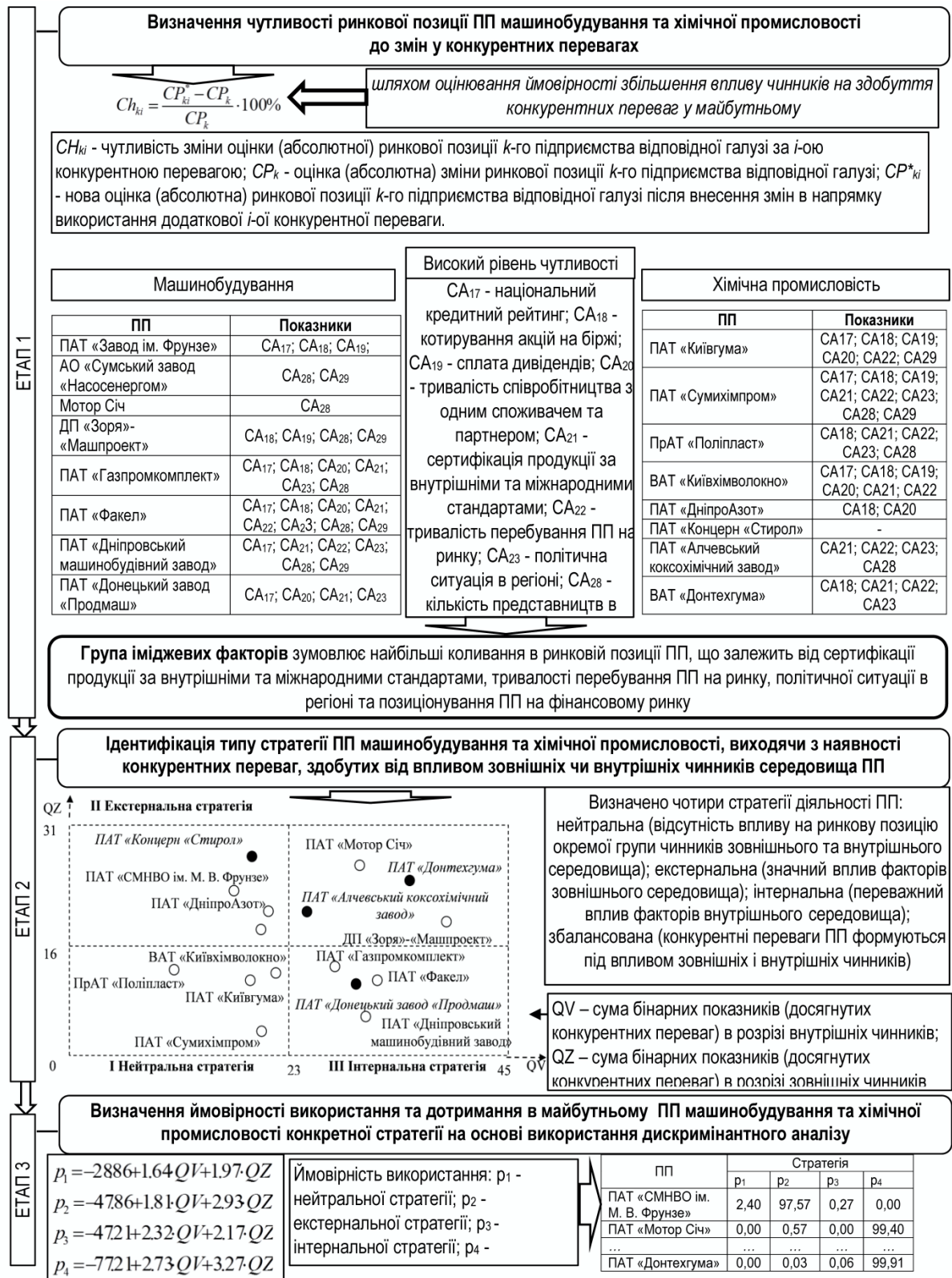


Рис. 6. Науково-методичний підхід до організації стратегічного маркетингового дослідження шляхом оцінювання динамічної стійкості ринкової позиції промислових підприємств
Джерело: авторська розробка

Інформаційно-фактологічною базою емпіричного дослідження стали дані 16 вітчизняних промислових підприємств машинобудування та хімічної промисловості. Розрахунки вказують, що ринкова позиція для більшості з

досліджених промислових підприємств найбільш чутлива до іміджевих чинників. Середній рівень чутливості характерний для технологічних, управлінських, інноваційних чинників. Найменші зрушення в ринковій позиції промислових підприємств відбуваються під впливом кваліфікаційних, інформаційно-комунікаційних, виробничих та організаційних чинників. 13 із 16 підприємств використовують у своїй діяльності лише одну стратегію, тоді як АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» та ВАТ «Київхімволокно» схильні до комбінації різних стратегій для нівелювання деструктивних зовнішніх чинників впливу та підтримання вже існуючих конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Kleijnen J.P.C. Sensitivity Analysis of Simulation Models. *CentER Discussion Paper Series*. 2009. № 11. URL: <http://ssrn.com/abstract=1340449>. – Title from web-page.
2. Пересадько Г.О. Маркетингові дослідження ринку продукції промислових підприємств України : монографія. Харків : Діса плюс, 2015. 576 с.
3. Пересадько Г.О. Особливості маркетингових досліджень на сучасному етапі економічного розвитку. Маркетингові дослідження конкурентного середовища на промислових ринках. *Інновації у маркетингу і менеджменті* : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми : Папірус, 2013. С. 359–387.
4. Пересадько Г.О. Маркетинг в системі антикризового управління підприємством. *Держава, підприємства та банки в системі антикризового управління* : монографія / за ред. д.е.н., проф. Т.А. Васильєвої, к.е.н. О.Б. Афанасієвої. Суми : Ярославна, 2013. С. 244–250.

Радіонов Ю.Д.

кандидат економічних наук,
начальник відділу адаптації та імплементacji
міжнародних стандартів, моніторингу і аналізу
у сфері державного фінансового контролю
Рахункової палати (м. Київ)

БЮДЖЕТНІ ВИДАТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗРОСТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Анотація

Здійснено аналіз науково-економічних літературних джерел, в яких розкриваються функції сучасної держави та роль бюджетних видатків у виконанні нею взятих зобов'язань. Обґрунтовано необхідність посилення сутності розподілу та перерозподілу бюджетних видатків між ланками бюджетної системи для забезпечення збалансованості соціально-економічного розвитку країни. Окреслено основні тенденції структурних зрушень, які відбулися останніми роками у системі використання бюджетних видатків для вирішення першочергових суспільних завдань.

Проаналізовано видатки зведеного бюджету України за функціональною класифікацією, яка відображає статистичну інформацію щодо особливостей формування пріоритетних напрямів використання бюджетних видатків. Розкрито деякі проблеми, пов'язані з неефективним управлінням та використанням бюджетних коштів учасниками бюджетного процесу, що стримує динаміку соціально-економічного розвитку країни. Обґрунтовано напрями підвищення ефективності бюджетних видатків. Запропоновано заходи, у тому числі застосування програмно-цільового методу планування, що значно посилить ефективність бюджетних видатків та результативний складник їхнього впливу на зростання соціально-економічного розвитку країни.

Вступ. Успішний розвиток суспільства передбачає створення сприятливих умов для стимулювання довгострокового економічного зростання. Серед основних завдань сучасної країни – розроблення й упровадження дієвої економічної доктрини з надійною теоретичною основою формування фінансово-економічних інститутів, поліпшення механізмів бюджетного регулювання, які б забезпечили зростання економічного та соціального розвитку, підвищення добробуту населення.

Проведені емпіричні дослідження у більшості країн світу засвідчили значну роль держави у впливі на соціально-економічні процеси. Результативність цього впливу залежить від обсягів і структури бюджетних видатків. Їх зростаюча роль у вирішенні низки соціально-економічних проблем потребує перегляду сутності, значення видатків бюджету в забезпеченні економічної стабільності, напрацювання науково-методологічного підґрунтя для поліпшення соціально-економічного стану.

Важливим регулятором соціально-економічного розвитку країни є бюджетна система. Через її ланки розподіляється та перерозподіляється значна частка ВВП. Бюджетні видатки, зосереджені у державному та місцевих бюджетах, є дієвим інструментом управління національною економікою, виконання державою суспільних функцій.

Гармонізація бюджетних відносин у рамках бюджетної системи, побудова якісно нової бюджетної архітектури є вагомим чинником забезпечення ефективності управління та використання бюджетних видатків. Останні варто розглядати в діалектичній єдності з доходами бюджету, оскільки від цього залежать обсяги видатків бюджету.

Формування дієвої науково-економічної бази щодо доцільності визначення напрямів спрямування, ефективності використання бюджетних видатків для задоволення населення суспільними благами і послугами є надзвичайно актуальним у нинішніх умовах здійснення фінансово-бюджетної політики.

Варто зазначити, що проблеми бюджетних видатків останнім часом висвітлювалися у наукових працях Ш. Бланкарта, Л. Васютинської, Л. Клець, Н. Кузьминчук, І. Чугунова та ін. Незважаючи на певний науковий доробок, ще багато питань залишаються невирішеними.

Потребують наукового вирішення питання уточнення теоретичної сутності бюджетних видатків, окреслення їхніх проблем та ризиків, дослідження можливостей бюджету і взаємозв'язку видатків бюджету з темпами соціально-економічного розвитку, пошук шляхів обґрунтованого розподілу фінансових ресурсів між бюджетами різних рівнів та ефективного використання бюджетних коштів.

Метою дослідження є уточнення сутності бюджетних видатків, окреслення проблем, пошук шляхів дієвого розподілу коштів між галузями економіки та напрямів їх ефективного використання.

1. Теоретичні аспекти становлення бюджетних видатків

В умовах ринкової економіки роль бюджету у стимулюванні економічного та соціального розвитку країни лише посилилася, адже функції держави розширюються, відповідно, зростають зобов'язання уряду перед суспільством у різних соціально-економічних напрямках. За таких обставин держава змушена змінювати методи впливу на економіку, соціальну сферу, перебудовувати бюджетні відносини, формувати надійну основу функціонування дієвого й ефективного бюджетного механізму.

У сучасних умовах постають завдання зміни напрямів використання бюджетних видатків, доцільності спрямування їх на прогресивні галузі економіки, створення необхідної виробничої та невиробничої інфраструктури, забезпечення фінансування стратегічних напрямів розвитку країни. Крім того, бюджетні видатки доцільно скеровувати на стабілізацію економіки, зростання валової продукції, нарощування ВВП, економічного потенціалу країни.

Бюджет завжди був і залишається важливим інструментом впливу на соціально-економічні процеси. Видатки бюджету залежно від економічного змісту поділяються на поточні та видатки розвитку, їх групування встановлюється за економічною класифікацією видатків бюджету.

Залежно від функцій держави й органів місцевого самоврядування видатки бюджету поділяються на видатки з фінансування державних та власних повноважень органів місцевого самоврядування.

Певні види видатків бюджету зумовлені низкою чинників, зокрема функцією і природою держави, її адміністровано-територіальним устроєм, формами надання коштів бюджету, рівнем соціально-економічного розвитку країни тощо. Усі ці чинники формують систему бюджетних видатків країни.

Як стверджують деякі науковці, бюджетні видатки – це потужний двигун стимулювання та реалізації бюджетної політики держави шляхом пошуку та використання внутрішніх резервів різноаспектних інструментів та механізмів держави [1, с. 104–105].

Економічний зміст видатків бюджету зумовлений функціями та природою держави, способом суспільного виробництва, яке відіграє вирішальну роль у соціально-економічному розвитку країни. Регулююча

роль бюджетних видатків знаходить своє відображення у цільовому спрямуванні бюджетних видатків.

Розглядаючи поняття бюджетних видатків, можна зазначити, що в економічній літературі немає єдиної думки щодо його тлумачення.

Л.Є. Єлець стверджує, що видатки бюджету – це економічні відносини, на основі яких здійснюється процес використання грошових ресурсів централізованого фонду для виконання державою своїх функцій. Видатки бюджету – це кошти, що спрямовуються на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом, за винятком коштів на погашення основної суми боргу та повернення надміру сплачених до бюджету сум [2, с. 27].

На думку деяких науковців, видатки бюджету – законодавчо визначені норми і напрями використання бюджетних коштів [3, с. 31]. Дослідники стверджують, що соціально-економічна суть бюджетних асигнувань визначається природою і функціями держави, рівнем розвитку країни, формою надання бюджетних трансфертів, розгалуженістю зв'язків державного бюджету з національною економікою.

Бюджетний кодекс України розділив поняття «витрати бюджету» та «видатки бюджету». Згідно з нормами Бюджетного кодексу (п. 13 ст. 2), видатки бюджету – кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом [4].

І.Я. Чугунов визнає, що видатки бюджету за економічною сутністю є інструментом розподілу і перерозподілу централізованого грошового фонду держави та його використання за цільовим призначенням для зростання суспільного добробуту [5, с. 220].

На нашу думку, бюджетні видатки є відображенням економічних відносин, які пов'язані з розподілом і перерозподілом ВВП, централізованих фондів грошових коштів, зосереджених у бюджеті, та їх цільового використання на реалізацію різноманітних соціально-економічних програм та заходів у межах бюджетної системи країни [6, с. 30].

Бюджетні видатки – це передусім економічні відносини між учасниками бюджетного процесу з приводу розподілу через бюджетну систему країни частини ВВП для забезпечення виконання функцій держави у сфері її соціально-економічного розвитку. Формою прояву економічних відносин є конкретні види видатків бюджету, які можна охарактеризувати як за кількісними, так і за якісними ознаками. Кількісні ознаки дають можливість визначити їх величину, а якісні – економічну природу і суспільне призначення кожного виду видатків бюджету. Бюджетні видатки як економічна категорія впливають із необхідності виконання державою своїх функцій. Як теоретичне поняття вони поєднують у собі видатки всіх рівнів бюджетів, які мають власні ознаки й тісно взаємодіють між собою в межах бюджетної системи.

Як економічна категорія бюджетні видатки є відображенням завдань і функцій держави, характеризують державні та місцеві бюджети, їх

взаємозв'язок та особливості розподілу бюджетних коштів на пріоритетні напрями соціально-економічного розвитку країни.

Держава як споживач ринку залежить від його кон'юнктури, а остання, своєю чергою, – від рівня економічного зростання. Така взаємозалежність дає підстави для твердження щодо існування економічних обмежень. Ці обмеження, впливаючи на систему видатків бюджету, визначають її поведінку [7, с. 18].

Щорічно перерозподіляючи значний обсяг бюджетних видатків, держава впливає на розвиток економіки та формування належного рівня забезпечення населення суспільними благами. Одним зі способів прямого впливу на економіку є безпосереднє інвестування програм соціально-економічного розвитку, зокрема фінансування розвитку науки, проведення державних закупівель товарів, робіт, послуг, надання бюджетних трансфертів малозабезпеченим верствам населення тощо.

Стан соціально-економічного розвитку країни визначає потребу в бюджетних видатках. Якщо соціально-економічне становище погіршилося, це потребує збільшення бюджетних видатків на соціально-економічні програми розвитку держави, у тому числі на утримання органів правопорядку, а в разі необхідності для захисту національних інтересів, збільшення видатків на обороноздатність країни тощо.

Варто зазначити, що структура бюджетних видатків останніми роками суттєво змінилася: якщо раніше значна їхня частка спрямовувалася на матеріальне виробництво, то сьогодні, навпаки, питома вага припадає на фінансування соціальних програм, тобто змістилася в напрями соціалізації.

Хоча, як зазначають деякі автори, рівень розвитку соціальної інфраструктури здебільшого не відповідає потребам життєдіяльності суспільства. Це зумовлюється як низкою організаційно-економічних та управлінських чинників, так і недоліками в системі бюджетування й фінансування соціальних видатків [8, с. 112].

Бюджетне фінансування медичної сфери в Україні є недостатнім: хоча протягом останніх років видатки на ці потреби поступово збільшувалися, їхня частка відносно ВВП та загального обсягу видатків державного бюджету зменшувалася [10, с. 73].

Вагомими інструментами реалізації бюджетної політики і водночас механізмами впливу на соціальні процеси виступають цільові програми, які вирішують завдання управління видатками бюджету завдяки поєднанню цілей і витрат в умовах обмежених бюджетних коштів [9, с. 73].

Збільшення бюджетних видатків на фінансування соціальних програм сприяє росту людського капіталу як важливого чинника суспільного виробництва, адже здорова нація з високим рівнем освіти є надійним інструментом зростання продуктивності праці, росту ВВП та добробуту населення.

Під час формування довгострокової бюджетної політики стабілізації державних фінансів необхідно враховувати як діючі витратні зобов'язання, так і ті зобов'язання, виникнення яких можна очікувати на основі даних

економічних і соціальних прогнозів, оцінки перспективної дії внутрішніх і зовнішніх економічних, соціальних та інших чинників [11, с. 1003].

Основою формування бюджетних видатків є планування доходів бюджету. Планування здійснюється не лише фінансовими органами, а й відповідними структурами виконавчої гілки влади. Важливим принципом планування є дотримання пропорцій розподілу видатків бюджету за напрямками з урахуванням реальної необхідності у фінансових ресурсах.

Із кожним роком роль бюджетних видатків зростає, і вони відіграють вирішальну роль у соціально-економічному розвитку країни, залежно від можливостей бюджету вони зменшуються або, навпаки, збільшуються як на споживання, так і розвиток, як на соціальні потреби, так і зростання економіки.

У розвинутих країнах та країнах із трансформаційною економікою прослідковується загальна тенденція збільшення бюджетних видатків та їх частки у ВВП, що, по суті, відображає роль держави у соціально-економічних процесах. Цій закономірності певною мірою сприяв «закон зростання бюджетних видатків», сформульований у 1892 р. відомим німецьким економістом А. Вагнером. На думку вченого, видатки бюджету зростатимуть і їхня частка буде більшою, ніж доходи бюджету й обсяги виробництва, оскільки економічне зростання в країні виступає як прискорювач росту бюджетних видатків. Ріст ВВП призводить до прискореного росту бюджетних видатків. Причиною економічного росту, на думку вченого, є природний розвиток цивілізації і, відповідно, розширення функцій держави, що призводить до зростання її ролі в соціально-економічних процесах.

Бюджетні видатки можуть зростати не лише через суспільні потреби, а й через бажання влади підвищити свій авторитет у населення. Ш. Бланкарт стверджує, що «різноманітні групи з певними інтересами, у тому числі державна бюрократія, можуть висувати підвищенні фінансові запити насамперед у тому разі, якщо існують надійні джерела фінансування доходної частини бюджету. Невситимий попит на державні блага являє собою двигун, що стимулює прогресуючу експансію держави» [12, с. 201].

Зростання ролі бюджетних видатків тісно пов'язане з розвитком економіки країни. За рахунок регулюючої функції держава уникає глибоких економічних криз та спадів в економіці, враховуючи також циклічність розвитку.

Сучасні розвинені країни світу з високим рівнем розподілу та перерозподілу бюджетних видатків сприяють паралельному розвитку суспільних інститутів, передусім фінансово-економічних, для підвищення дієвості впливу видатків бюджету на економіку та соціальну сферу.

У сучасній економічній теорії вже ніхто не ставить під сумнів роль інститутів у розвитку соціально-економічних процесів. Досвід ринкових перетворень переконливо довів, що зосередження тільки на соціально-економічних, ринкових реформах призвело до недооцінки інституціональних перетворень, що зумовило цілу низку негативних явищ і процесів.

Послідовне здійснення ринкових перетворень потребує глибокого поєднання їх із соціально-економічними та інституціональними [13, с. 6].

Інституційні чинники є прямим віддзеркаленням елементів, умов, способів формування та функціонування інститутів у сфері бюджетних та фінансових відносин. Призначення цих відносин визначається характером історичного періоду розвитку, суспільного укладу, в якому перебуває держава як інститут влади і виконує функції відповідно до потреб суспільства.

Основна економічна природа інституту бюджету полягає у розподілі та перерозподілі народного багатства (ВВП) для забезпечення населення в належній кількості й якості суспільними благами і послугами.

Частка розподілу та перерозподілу ВВП через бюджетну систему країни впливає на соціально-економічне зростання. Проте її результативність набагато вища за умови, якщо в державі створено відповідне інституційне середовище з дієвими фінансово-економічними інститутами. Досвід розвинених країн, зокрема Швеції, свідчить, що великий розмір державного сектору (понад 50% ВВП) не є бар'єром для економічного росту, хоча темпи значно нижчі, ніж в ЄС та США. Це пояснюється високою якістю державного управління і відповідним рівнем довіри громадян до суспільних інститутів.

Інституційна спроможність держави розподіляти та перерозподіляти бюджетні видатки є важливим чинником економічного росту країни. Тобто чим нижча інституційна спроможність держави, тим більше втрачатимуть економіка, соціальна сфера, якщо перерозподіл видатків бюджету буде надто високим. Інакше кажучи, якщо в країні створено дієві інститути, то бюджетні видатки використовуватимуться ефективно. Якщо, навпаки, у державі відсутні сучасні фінансово-економічні інститути, то складно очікувати на ефективний розподіл видатків бюджету, так само як і на темпи соціально-економічного розвитку країни.

2. Особливості бюджетних видатків у забезпеченні соціально-економічного розвитку країни

Механізму формування бюджетних видатків належить провідне місце в управлінні фінансово-бюджетною системою країни, оскільки досягаються необхідні пропорції в розподілі ВВП між галузями економіки, територіально-адміністративними одиницями, забезпечується фінансування пріоритетних галузей, проводиться єдина збалансована бюджетна політики.

Проведений нами аналіз свідчить, що питома вага видатків зведеного бюджету України у ВВП за період 2011–2018 рр. становила 34,34%, у тому числі в 2011–2013 рр. – 33,79%, у 2014–2016 рр. – 34,26%, у 2017–2018 рр. – 35,28% (табл. 1).

Із даних табл. 1 видно, що з кожним роком обсяги видатків лише зростали. Крім того, якщо порівнювати обсяги зведеного бюджету України в 2018 р. з 2011 р., то помітне їх суттєве зростання – на 833 320,6 млн. грн., або на 66,66%.

Таблиця 1

Зведений бюджет України в 2011–2018 рр., млн. грн.

Роки	Доходи	%, ВВП	Видатки	%, ВВП
2011	398553,6	30,27	416853,6	31,66
2012	445525,3	31,62	492454,7	34,95
2013	442788,7	30,43	505843,8	34,77
2014	456067,3	29,11	523125,7	33,39
2015	652031,0	32,94	679871,4	34,35
2016	782748,5	32,84	835589,8	35,06
2017	1016788,3	34,09	1056759,9	35,43
2018	1184278,1	33,28	1250173,6	35,13

Джерело: розраховано автором за [14]

У ланцюгу бюджетних відносин видаткам зведеного бюджету України належить важливе місце як статистичного агрегованого показника, що визначає напрями використання коштів централізованого та децентралізованого фондів.

Зведений бюджет України характеризує узагальнюючий статистичний показник видатків державного та місцевих бюджетів, дає уявлення про бюджетну політику та пріоритетні напрями використання бюджетних видатків.

Структура видатків зведеного бюджету України за функціональною класифікацією характеризує цілі держави. Ці видатки демонструють багатовекторні напрями соціально-економічного розвитку країни та її пріоритети (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка видатків зведеного бюджету України за функціональною класифікацією у 2013–2019 рр., млн. грн.

Показники	Роки							Відхилення (+;-), %	
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 р. проти 2018р.	2019 р. проти 2013р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Освіта	105539	100110	114193	129435	177756	210029	228780	+8,20	+53,87
Соціальний захист	57799	58192	76753	110719	145534	151423	146795	-3,06	+60,63
Пенсії	87264	79813	99587	147611	140227	157941	176592	+10,57	+50,59
Відсотки за запозиченнями	33172	49435	86173	96105	110578	116088	146651	+20,85	+77,39
Правоохоронні органи	39409	44865	54963	72057	88480	118025	134425	+12,21	+70,69
Медицина	61569	57150	71001	75409	102392	115848	117723	+1,60	+47,71
Збройні сили	14844	27365	52016	59357	74360	97024	104736	+7,37	+85,83
Чинівницький апарат	28530	27411	31470	38028	55671	75454	85810	+12,07	+66,76
Транспорт	17893	18777	31110	29262	49390	70293	67674	-3,73	+73,57

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Інші галузі економіки	9738	9653	17188	28888	37734	52856	54501	+3,02	+82,14
Культура та спорт	13661	13858	16228	16885	24342	28993	29838	+2,84	+54,22
Комунальне господарство	7705	17809	15700	17548	27187	30345	25119	-17,23	+69,33
Сільське господарство	7705	5868	6063	5782	12944	14107	16369	+13,82	+52,93
Охорона довкілля	5594	3482	5530	6255	7349	8242	9207	+10,49	+39,25
Паливно-енергетичний комплекс	15422	9339	1896	2249	2816	3505	3243	-7,48	-78,98
Всього	505844	523126	679871	835590	1056760	1250174	1347463	+7,23	+62,46

Джерело: розраховано автором за [15]

Із даних табл. 2 видно стійку тенденцію до зростання загальної величини видатків – на 841 619 млн. грн., або на 62,46%, у 2019 р. порівняно з 2013 р. При цьому слід зазначити, що за цей період спостерігалось суттєве зростання видатків майже за всіма напрямками, крім паливно-енергетичного комплексу, де помітний спад – на 12 179 млн. грн., або на 78,98%. Найбільше зросли видатки на збройні сили, а саме на 89 892 млн грн., або на 85,83%, що пов'язано з військовими діями на сході України. Суттєво зросли видатки на інші галузі економіки (82,14%), транспорт (73,57%), правоохоронні органи (70,69%).

Якщо порівнювати видатки зведеного бюджету України за функціональною класифікацією у 2019 р. з попереднім 2018 р., то помітним є їх зменшення на комунальне господарство – на 5 226 млн. грн. (17,23%), паливно-енергетичний комплекс – на 262 млн. грн. (7,48%), транспорт – 2 619 млн. грн. (3,73%), соціальний захист – 4 628 млн. грн. (3,06%).

Варто зазначити, що видатки зведеного бюджету є індикатором статистичної інформації щодо особливостей формування стратегічних напрямів використання бюджетних видатків країни. Функціональне призначення видатків бюджету впливає з головних функцій держави.

Обсяг бюджетних видатків залежить від економічної ситуації в країні й суспільних пріоритетів. Чим більший бюджет і частка бюджетних видатків у ВВП, тим більше фінансових ресурсів перерозподіляється через нього і, відповідно, зростають обсяги наданих населенню суспільних благ і послуг. У такій ситуації зростають роль і ступень регулюючого впливу бюджетних видатків на економіку та соціальні процеси.

У розвинутих країнах частка бюджетних видатків у ВВП суттєво різниться. Відмінність обґрунтовується тим, що кожна країна вирішує цю проблему індивідуально виходячи з традицій, менталітету народу, соціально-економічних умов.

В Європі застосовується кілька моделей із різними ступенем перерозподілу ВВП через бюджету систему: британська (Великобританія,

Ірландія – незначний); скандинавська (Швеція, Данія – надзвичайно високий, у межах 46–65%); континентальна (Франція, ФРН – значний); середземноморська (Італія, Іспанія, Португалія – порівняно низький, 15–30%). Між тим мета й інструменти її реалізації у цих моделях, по суті, однакові. В основу бюджетної децентралізації покладений принцип фіскальної достатності, згідно з яким реалізується можливість зміцнювати фінансову базу всіх ланок бюджетної системи. На практиці прикладом реалізації такого підходу є система розвинутих країн Європи [16, с. 119].

В економічній теорії є різні підходи до розподілу бюджетних видатків. Так, прихильники ліберальної економіки покладаються на ініціативу та ділову активність населення, вільну конкуренцію, яка підвищує ефективність виробництва та прискорює економічне зростання.

Прихильники неокейнсіанської теорії зважають на розширену роль держави в збільшенні суспільного сектору та її значення в соціально-економічному житті країни. Такий підхід фактично призводить до пошуку компромісів, збільшення видатків на суспільний сектор і стимулює зростання ВВП.

Через механізм перерозподілу бюджетних видатків держава посилює вплив на економіку, збільшуючи або, навпаки, зменшуючи видатки на окремі сектори економіки: науку, освіту, оборону і т. д. Зростання загальних обсягів видатків призводить до збільшення сукупного попиту та стимулює зростання ВВП. В умовах економічного спаду результативною є стимулююча фіскальна політика, яка ґрунтується на зниженні податків, зростанні бюджетних видатків, збільшенні дефіциту бюджету.

Нобелівський лауреат Дж. Стігліц стверджує, що зростання бюджетних видатків призводить до значної економічної вигоди, адже на спаді економіка має значні переваги від того, що зростають видатки бюджету, навіть якщо цей ріст за рахунок збільшення бюджетного дефіциту, оскільки бюджетні видатки у цій ситуації є високорентабельними інвестиціями. В економічній теорії цей феномен називається ефектом мультиплікатора, або збільшення ВВП. В умовах зростання інфляції, викликаній надмірним попитом, може проводитися обмежуюча фіскальна політика, спрямована на зменшення бюджетних видатків, натомість зростає податкове навантаження на суб'єктів підприємницької діяльності для зменшення дефіциту бюджету або його позитивного сальдо.

Ш. Бланкарт зазначає, що «у періоди соціальних потрясінь, таких як війна, голод або природні катаклізми, припустимий рівень оподаткування збільшується й державні витрати можуть зростати. Але після соціальних потрясінь припустима норма оподаткування не повертається повністю до попереднього рівня, що призводить до перманентного збільшення державних витрат завдяки ефекту зсуву. При цьому необхідно пам'ятати, що високі державні видатки в період рецесії зберігаються і під час економічного піднесення, а коли настає чергова рецесія, вони збільшуються знову. Квота державних видатків, таким чином, у довгостроковому періоді має тенденцію до перманентного збільшення» [12, с. 192].

За будь-яких обставин використання бюджетних видатків має бути раціональним та ефективним, щоб отримати відповідний результат або ефект. Держава формує видатки бюджету за рахунок сплати податків фізичними та юридичними особами, сформований обсяг бюджетних видатків через бюджетну систему скеровується на задоволення суспільних потреб населення. Таким чином, держава формує видатки бюджету за рахунок громадян і використовує їх також на потреби суспільства, тому цілком логічним і закономірним явищем є необхідність підвищення результативності від використання бюджетних видатків на благо населення.

Проте досить часто учасниками бюджетного процесу видатки бюджету використовуються неефективно, тим самим стримується динаміка соціально-економічного розвитку країни.

Так, аудит ефективності використання коштів резервного фонду державного бюджету в 2016 р. засвідчив, що у зв'язку з несвоечасністю та неповнотою прийняття управлінських рішень учасниками бюджетного процесу було допущено неефективне управління коштами резервного фонду в загальному обсязі 72,1 млн. грн., які були перерозподілені або повернені до державного бюджету як невикористані. Крім того, через неналежний стан внутрішнього контролю розпорядниками та одержувачами коштів резервного фонду державного бюджету в указаний період не забезпечено ефективне використання майже 300 млн. грн. та використано з недотриманням вимог законодавчих і нормативних актів 2,5 млн. грн. [17, с. 43].

Аудит ефективності використання бюджетних коштів, виділених на забезпечення діяльності сил цивільного захисту, показав, що Державна служба України з надзвичайних ситуацій отримала у 2016 р. – I півріччі 2017 р. з державного бюджету близько 8,4 млрд. грн., або 84,7% загальних видатків. Водночас через необґрунтовані управлінські рішення, які ухвалювали керівники різного рівня протягом даного періоду, непродуктивно витрачено 51,4 млн. грн., із порушенням законодавства – 0,1 млн. грн., а також допущені порушення законодавства під час управління та обліку майна і ресурсів на 8,9 млн. грн. Окрім того, мало місце неефективне управління бюджетними асигнуваннями на суму 310 млн. грн., які понад два місяці не використовувалися [17, с. 75].

Аудитом ефективності використання коштів державного бюджету на заходи з оздоровлення та відпочинку дітей, які потребують особливої уваги та підтримки, встановлено, що через недостатній контроль із боку Мінсоцполітики з виділених із державного бюджету в 2016 р. та I півріччі 2017 р. на вказані цілі 253,6 млн. грн. було використано з порушенням чинного законодавства 17,8 млн. грн., неефективно – 1 млн. грн. Як головний розпорядник бюджетних коштів Міністерство не забезпечило обґрунтованого планування видатків на суму 1 млн. грн. та ефективного управління 19,8 млн. грн. [17, с. 179].

Вагомим принципом раціоналізації видатків є цільовий характер спрямування бюджетних коштів і досягнення мети за мінімального використання фінансових ресурсів. Ефект результативності виражається в

якісному функціональному управлінні, задоволенні потреб суспільства в необхідних благах і послугах. Високий результат вимагає належного бюджетування, планування обсягів видатків бюджету, орієнтованих на виконання конкретних соціально-економічних завдань. Необхідно забезпечувати відповідність прогностичних бюджетних видатків цілям і завданням у конкретному бюджетному періоді. Важливо під час формування доходів та обсягів видатків бюджету визначати чіткі пріоритети, що планується досягти за рахунок бюджетних коштів, виділених на реалізацію відповідних бюджетних програм, заходів. Такий підхід доречний як для загальних обсягів видатків бюджету, так і тих, які скеровуються на відповідні функції в розрізі окремих територіально-адміністративних одиниць.

Планові показники бюджетних видатків визначають розмір участі держави у соціально-економічних процесах. Визначення обсягів бюджетних видатків виходячи з поставлених завдань та реальної потреби дає змогу уряду коригувати податкову та фінансово-бюджету політику.

Основні завдання визначаються виходячи з концепції реалізації бюджетної політики. Параметрами цієї концепції є фіксовані характеристики завдань та реальних результатів, які держава прагне досягти шляхом використання бюджетних видатків у відповідному бюджетному періоді. Планування передбачає визначення пріоритетів використання бюджетних видатків, їх обґрунтування, формування бюджетних програм, завдань та цілей для їх досягнення. Результативні показники виконання бюджетних програм є мірилом ефективності дій системи управління органів державної влади всіх рівнів.

Ефективність використання бюджетних коштів є одним із пріоритетів сучасної бюджетної політики будь-якої країни, хоча й досить складним питанням. Ефективне управління видатками бюджету залежить від діяльності всіх учасників бюджетного процесу на різних стадіях бюджетного процесу, як під час формування пріоритетів бюджетної політики, так і в процесі планування конкретних напрямів, заходів спрямування видатків бюджету. Кожен головний розпорядник бюджетних коштів повинен обґрунтувати, які конкретно цілі ставляться, які результати будуть досягнуті у разі виділення з бюджету відповідного обсягу фінансових ресурсів та їх використання на той чи інший напрям діяльності.

Посилення ефективності видатків бюджету як інструменту бюджетної політики передбачає оптимізацію їхньої структури у середньостроковому періоді з урахуванням установлених граничних значень бюджетних видатків. Важливим є узгодження бюджетних видатків із цілями соціальної політики, з механізмами реформування системи соціального забезпечення, забезпечення реалізації принципу наукової обґрунтованості державних соціальних стандартів [9, с. 73].

Програмно-цільовий метод є мірилом ефективності використання бюджетних видатків, оскільки під час його застосування з'являються такі поняття, як кількісні й якісні показники виконання бюджетних програм, що

дає підстави аналізувати досягнення і, відповідно, стверджувати, ефективно чи неефективно використано бюджетні кошти.

Програмно-цільовий метод застосовується виключно як метод управління видатками бюджету, чим зумовлюється формування бюджетних програм відповідно до встановлених цілей [7, с. 73].

Результативні показники виконання бюджетної програми – це ті статистичні індикатори, які демонструють її успішність на основі кількісного визначення результатів надання бюджетних послуг [18; 1].

Оцінка результативності бюджетних програм є інструментом управління бюджетними видатками, який дає можливість органам державного управління та місцевого самоврядування, з одного боку, здійснити оцінку використання коштів на виконання бюджетної програми для досягнення визначених мети і завдань такої програми, з іншого – оперативно визначати проблемні сфери та перспективні напрями соціально-економічного розвитку [19; 29].

Загальним мірилом ефективності використання бюджетних видатків є отримані результати, які проявляються в економічному зростанні, добробуті населення, значному збільшенні доходів до бюджетів усіх рівнів. Підвищення ефективності використання бюджетних видатків передбачає уникнення їх розпорошення, скорочення кількості малоефективних соціально-економічних програм. Бюджетні кошти повинні концентруватися на важливих напрямках розвитку економіки, соціальної сфери.

Структура видатків бюджету впливає на соціально-економічний розвиток держави, тому для формулювання кінцевих результатів слід виходити не тільки з бюджетних показників, а й із показників, які відображають соціально-економічний ефект, уособлюючи у собі ступінь державного регулювання [7, с. 220].

Бюджетні програми повинні узгоджуватися з відповідними фінансовими ресурсами, а за їх нестачі – скорочені або відтерміновані на більш пізній період. Принципове значення мають розроблення і реалізація державних інноваційно-інвестиційних програм, узгоджених із державними та іншими недержавними джерелами фінансування.

Оскільки ефективне використання коштів є передумовою успіху діяльності як окремих підприємств, так і держави у цілому, нині найбільш гостро постає у державі питання економії бюджетних коштів [20, с. 35].

Економія фінансових ресурсів є важливим напрямом підвищення ефективності використання бюджетних видатків. Бюджетні кошти повинні спрямовуватися в ті галузі, які стануть перспективними в майбутньому, а також тим верствам населення, які перебувають у складних життєвих обставинах.

Ефективність бюджетних видатків має забезпечувати належний державний фінансовий контроль. Останній є важливою ланкою у системі забезпечення ефективності використання бюджетних видатків. Проте в сучасних умовах розвитку він не став дієвим інструментом у запобіганні бюджетним порушенням, недопущення неефективного, незаконного, у тому

числі нецільового, використання бюджетних коштів. Система державного фінансового контролю лише констатує факт порушення, а не запобігає виникненню. Доцільним є запровадження комплексного підходу із застосуванням надійного інструментарію підвищення ефективності державного фінансового контролю. Зміна парадигми контролю щодо недопущення бюджетних порушень потребує змін у методах і формах роботи контролюючих органів. Необхідно створити прозору електронну систему проходження всіх стадій бюджетного процесу для підвищення якості контролю, а також налагодити механізм вчасного запобігання виникненню бюджетних порушень, а не лише констатації факту, що позитивно вплине на результативність використання бюджетних видатків.

Важливим напрямом удосконалення бюджетної архітектури повинно бути бюджетування за результатами, а дієвість державного фінансового контролю як вагової ланки загальної моделі ефективного управління національною економікою країни має сприяти підвищенню ефективності функціонування бюджетної системи країни.

Контроль над використанням бюджетних коштів повинен бути дієвим та ефективним, забезпечувати спрямування фінансових ресурсів відповідно до цілей, передбачених у бюджеті.

Ефективність використання бюджетних видатків потребує відповідного рівня бюджетного процесу, тому важливо якісно проходити всі стадії бюджетного процесу, аналізувати джерела надходжень фінансових ресурсів до бюджету, визначати чіткі стратегічні напрями спрямування бюджетних видатків, а також контролювати досягнутий результат за рахунок використаних бюджетних коштів.

Обсяг і структура бюджетних видатків значною мірою визначаються діючими бюджетними програмами і тими завданнями, які необхідно вирішувати державі на даному етапі соціально-економічного розвитку. У сучасних умовах перед державою виникають усе нові й нові зобов'язання в економічній та соціальній сферах. Зокрема, це може стосуватися збільшення обсягів бюджетних трансфертів, необхідності зростання бюджетних видатків на безкоштовні соціальні послуги населенню тощо. Рівень прогнозних доходів бюджету визначає потенційні можливості бюджету для виконання зобов'язань держави.

У різних ситуаціях уряд зобов'язаний уживати заходів щодо захисту бюджетних видатків від впливу інфляції та виконання планових показників бюджетних надходжень. Зменшення доходів бюджету вимагає перегляду обсягу бюджетних видатків, зокрема їх скорочення, коригування пріоритетних напрямів розвитку країни. У такому разі можливе застосування секвестру бюджету та визначення переліку захищених статей бюджетних видатків.

У сучасних умовах для підвищення ефективності використання бюджетних видатків доцільно:

- завершити реформу децентралізації влади, делегувавши значний обсяг повноважень на місця, довести частку видатків місцевих бюджетів у

зведеному бюджеті України до рівня 50% для забезпечення повноти виконання органами місцевого самоврядування делегованих державою повноважень;

- забезпечити планування бюджетних видатків лише за програмно-цільовим методом бюджетування та підвищити результативність їх використання;

- оптимізувати структуру державного управління, щоб зменшити обсяг бюджетних видатків на її утримання;

- запровадити дієві механізми системи державного фінансового контролю для запобігання виникненню порушень у бюджетній сфері, підвищення ефективності управління бюджетними видатками;

- скеровувати певний обсяг бюджетних видатків на інвестиції та перспективний розвиток високопродуктивних галузей економіки.

Зазначені заходи дадуть можливість оптимізувати структуру бюджетних видатків, зосереджувати обмежені бюджетні видатки на важливих напрямках та заходах, які поліпшать виконання державою суспільних функцій, сприятимуть зростанню економіки, розвитку соціальної сфери, наданню споживачам якісних соціальних послуг, підвищать рівень благополуччя населення.

Висновки. Проблематика розподілу та перерозподілу ВВП через бюджетну систему потребує посилення фіскального складника у збільшенні доходів для формування належних обсягів бюджетних видатків. Із розширенням функцій держави запобігання соціально-економічним кризам, циклічності економічного розвитку набуває особливої ваги питання забезпечення ефективного використання бюджетних видатків. Важливо забезпечити високу результативність від використання бюджетних коштів, щоб зберегти сталу динаміку соціально-економічного розвитку, стійкість бюджетної та фінансової систем. Запорукою вирішення завдань, які стоять перед країною, є запровадження якісно нового механізму планування та використання бюджетних видатків, у тому числі шляхом застосування програмно-цільового методу, оскільки ефективність бюджетних видатків є важливим рушієм прискореного соціально-економічного розвитку країни.

У сучасних умовах важливо забезпечити ефективне та раціональне використання бюджетних коштів. Однак державний фінансовий контроль у цій ситуації не став дієвим інструментом запобігання неефективному використанню видатків бюджету, тому потребує зміни парадигми у методах і формах роботи контролюючих органів, щоб виправити становище. Доцільно створити прозору електронну систему проходження всіх стадій бюджетного процесу для підвищення якості контролю, вчасного запобігання виникненню бюджетних порушень під час використання бюджетних видатків.

Дієвий контроль над використанням бюджетних видатків забезпечить відповідність бюджетного планування фактичним результатам, що є передумовою ефективного бюджетного планування, прийняття обґрунтованих управлінських рішень, підвищення ефективності бюджетної політики.

Механізм формування бюджетних видатків ще довго відіграватиме провідну роль в управлінні фінансово-бюджетною системою країни, щоб досягти необхідних пропорцій у розподілі ВВП між галузями економіки, територіально-адміністративними одиницями, забезпечувати фінансування перспективних галузей та проводити єдину збалансовану бюджетну політику.

Подальші дослідження у цій сфері повинні бути спрямовані на детальний аналіз проблем щодо ефективного використання бюджетних видатків усіма учасниками бюджетного процесу між рівнями бюджетів згідно із затвердженими бюджетом напрямками спрямування бюджетних асигнувань.

Список використаних джерел:

1. Мельничук Н.Ю., Мельничук І.О. Видатки зведеного бюджету України в сучасних умовах господарювання. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 2–2(45). С. 102–106.
2. Клець Л.Є. Бюджетний менеджмент : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 640 с.
3. Благун І.Г., Воронко Р.М., Бучкович М.Л. Бюджетний менеджмент : навчальний посібник. Львів : Магнолія-2006, 2017. 224 с.
4. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-V. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
5. Чугунов І.Я., Ігнатюк І.М. Формування видатків бюджету у системі соціально-економічного розвитку країни. *Економічний вісник університету*. 2016. Вип. 28(1). С. 217–226. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2016_28%281%29__31
6. Радіонов Ю.Д. Бюджетні видатки у забезпеченні суспільного розвитку. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 5. С. 29–34.
7. Васютинська Л.А. Система видатків бюджету в умовах розвитку програмно-цільового управління : монографія. Одеса : Друк-Південь, 2014. 192 с.
8. Благун І.Г., Кіт В.І., Козій І.С. Бюджетне фінансування соціальних видатків в умовах макрофінансової нестабільності національної економіки. *Розвиток економіки України: трансформації та інновації* : колективна монографія : у 2-х т. / за заг. ред. О.Л. Гальцової. Запоріжжя : Гельветика, 2017. Т. 1. С. 100–115.
9. Качула С.В. Трансформація механізму реалізації державної фінансової політики соціального розвитку в Україні. *Економіка & держава*. 2019. № 2. С. 71–76.
10. Іваницька О.М., Федорова Н.О. Фінансове забезпечення системи охорони здоров'я в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 10. С. 70–81.
11. Коляда Т.А. Вплив бюджетних видатків на темпи соціально-економічного розвитку України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 997–1004.
12. Бланкарт Ш. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки / пер. з нім. С.І. Терещенко, О.О. Терещенко ; передмова та наук. ред. В.М. Федосова. Київ : Либідь, 2000. 654 с.
13. Чухно А.А. Інституціоналізм: теорія, методологія, значення. *Економіка України*. 2008. № 6. С. 4–13.
14. Зведений бюджет України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/>
15. Видатки. Ціна держави. URL: <http://cost.ua/budget/expenditure/>
16. Леоненко П.М., Кузькін Є.Ю., Юхименко Я.В. Інституціональне середовище бюджетної системи. *Фінанси України*. 2018. № 5. С. 110–124.
17. Звіт Рахункової палати України за 2017 рік. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16755497/Zvit_RP_2017.pdf?subportal=main
18. Інноваційні практики: фінансовий менеджмент на місцевому рівні – підсумки 2014 року / В.В. Зубенко та ін. ; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ – II) впровадження», USAID. Київ : Нора-Друк, 2015. 32 с.

19. Кузьминчук Н.В. Державне регулювання розвитку регіону фінансово-бюджетними інструментами : автореф. дис. ... д.е.н. : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Харків, 2013, 40 с.

20. Крещенко І.Л. Проблеми використання бюджетних коштів. *Науково-технічна інформація*. 2009. № 4. С. 35–41.

Сасенсус М.А.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу*

Одеського національного економічного університету

ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ЛОГІСТИКИ В ПІДТРИМКУ УЧАСТІ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНИХ, НАЦІОНАЛЬНИХ І РЕГІОНАЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК

Анотація

У дослідженні розглянуто проблеми національної політики в галузі логістики та участі України в глобальних і національних ланцюгах поставок. Мета дослідження полягала в тому, щоб пояснити поняття, критерії та принципи національної політики в галузі логістики України в глобальних, національних і регіональних ланцюгах поставок.

Представлено різні напрями, критерії, важелі для поліпшення впливу національної політики на логістичні системи в країні.

Основні підходи, розглянуті в даному дослідженні, ґрунтуються на таких поняттях: «логістична стратегія і політика», «логістична інфраструктура», «мультимодальне проектування», «залучення прямих іноземних інвестицій», «нетарифні бар'єри», «міжнародні стандарти», «формування трудових ресурсів світового рівня для управління глобальними та національними ланцюгами поставок», «фінансування логістичних систем», «інвестиції в інноваційне обладнання та технології в логістиці», «стійка логістика», «ключові показники ефективності в логістичній діяльності», «правильне планування логістичних систем».

Реалізація національної політики в галузі логістики пов'язана зі збільшенням витрат, що зумовлено, по-перше, необхідністю перегляду інфраструктури логістичних систем, по-друге, вартістю інноваційних технологій, по-третє, зміною в оцінці ключових показників ефективності.

Існує необхідність у дослідженнях, в яких основна увага буде приділятися поясненню взаємозв'язку між різними логістичними політикою, стратегіями, практиками і тому, як вони можуть взаємодіяти один з одним. Без такого розуміння завжди існує ризик уведення схеми значних витрат, з якої результат не є позитивним, передбачуваним, значними.

У зв'язку із цим подальший розвиток полягає у більш чіткому співвідношенні різних політик, стратегій і практик з їхніми фінансовими наслідками.

Вступ. Логістика є важливим компонентом будь-якої сучасної економіки, здатної приносити значні вигоди, але приносить і безліч негативних наслідків, тому необхідно розробити відповідні стратегію і політику, щоб максимізувати вигоди і мінімізувати негативні чинники. Водночас розподіл, проектування і будівництво логістичної інфраструктури повинні ретельно плануватися як державними, так і приватними компаніями. Необхідно усвідомлювати різницю між стратегією, плануванням і політикою, оскільки перше зазвичай пов'язує стратегії і цілі, а друге відноситься до конкретних дій. Оскільки вони відображають фундаментальні зміни в економіці, стратегія і політика постійно змінюються. Серед основних питань стратегії і політики у сфері логістики на передній план вийшли стійкі ланцюги поставок, питання екології та безпеки. Стихійні лиха та техногенні катастрофи також є серйозними проблемами для стратегічного планування і розроблення політики у сфері логістики [4].

Ефективна логістика є ключовими для розвитку конкурентоспроможності країн у всьому світі. Логістика особливо важлива для України, де міжнародна торгівля становить значну частину ВВП. Розташування України на перетині магістральних транспортних шляхів з Європи до Азії та від скандинавських держав до регіону Середземномор'я створює унікальні можливості для розвитку послуг у сфері транзиту [1, с. 205–220]. Незважаючи на важливість та потенціал у сфері логістичних послуг, потужності в Україні використовуються недостатньо, інфраструктура та послуги, доступні вантажовідправникам і постачальникам логістичних послуг, є нижчими від стандартів, наявних у країнах ЄС, а витрати на логістику, з якими стикаються кінцеві користувачі, високі [2, с. 50].

Політика намагається приймати рішення щодо розподілу логістичних ресурсів, тоді як стратегічне планування є механізмом їх ефективної реалізації. Метою є підтримка України в: реалізації логістичного потенціалу; посиленні мультимодальності між різними видами транспорту; обслуговуванні, модернізації та розширенні ефективної логістичної інфраструктури та сприянні розвитку енергоефективних перевезень; підвищенні кваліфікації та навчанні персоналу, задіяного у наданні послуг, пов'язаних із логістикою; сприянні міжнародній торгівлі [3].

Політика в логістиці стосується розроблення комплексу заходів, пропозицій, створених для досягнення конкретних цілей, що стосуються соціального, економічного та екологічного розвитку, а також функціонування всієї логістичної системи [5, с. 1017].

Метою політики є прийняття ефективних рішень щодо розподілу логістичних ресурсів, включаючи управління і регулювання, контроль існуючої логістичної діяльності. Таким чином, політика в галузі логістики є передусім державною, оскільки уряд найчастіше бере участь у політичному

процесі і володіє або управляє багатьма компонентами логістичної системи держави і має можливість впливати законодавчо й юридично на всі рівні та види логістичних систем. Уряд спирається насамперед на чинну нормативно-правову базу. Тим не менше багато логістичних систем перебувають у приватній власності. Загальним правилом є те, що державний сектор зазвичай забезпечує логістичну інфраструктуру і нормативно-правову базу, тоді як приватний сектор передбачає забезпечення роботи багатьох галузей логістики [6].

В умовах глобалізації та децентралізації приватний сектор отримує значні важелі впливу на процес розроблення політики завдяки своїм рішенням про розподіл активів, що відбивається у нових парадигмах логістичної політики.

Державна політика в галузі логістики – це засіб, за допомогою якого уряд намагається узгодити соціальні, політичні, економічні та екологічні цілі суспільства з реальністю. Ці цілі й прагнення змінюються у міру розвитку суспільства, і, таким чином, особливістю політики є її форма і характер, що постійно змінюються. Політика повинна бути динамічною й еволюційною.

Основна відмінність між стратегією і політикою полягає у тому, що остання має набагато більш тісний зв'язок із законодавством.

1. Проблеми та особливості національної політики в галузі логістики

Терміни «стратегія», «політика» використовуються вільно і часто взаємозамінні в багатьох наукових дослідженнях. Політика і стратегія є окремими частинами загального процесу управління. Існують обставини, коли політика може бути розроблена без будь-яких прямих наслідків для загальної стратегії розвитку, і розроблення стратегії розвитку може здійснюється поза будь-якого прямого політичного впливу.

Політика спирається на закони та інші правові інструменти, які служать основою для розроблення заходів зі стратегічного планування. Стратегія не обов'язково має на увазі законодавчі дії і більшою мірою орієнтована на засоби досягнення конкретної мети, часто в рамках чинної нормативно-правової бази.

Політика у сфері логістики проявляється практично в усіх аспектах економічної, соціальної та політичної діяльності держави [7; 8]. Логістика сьогодні сприймається урядом як життєво важливий чинник економічного розвитку. Логістика розглядається як ключовий механізм просування, розвитку та формування національної економіки.

Уряд і міжнародні інститути також прагнуть просувати логістичну інфраструктуру та послуги для інвестицій приватного капіталу. Як не парадоксально, логістика часто є проблемою національної безпеки. Політика у сфері логістики розробляється з урахуванням встановлення суверенітету і забезпечення контролю над національним простором і кордонами [9].

Логістика пов'язана з багатьма питаннями громадської безпеки і навколишнього середовища. Питання громадської безпеки протягом тривалого часу призвели до розроблення політики, що вимагає

обов'язковості водійських прав, обмеження робочого часу водіїв, запровадження стандартів обладнання, встановлення обмежень швидкості, приписів правил дорожнього руху, ременів безпеки та інших заходів безпеки. Нещодавно були прийняті екологічні стандарти і заходи контролю у відповідь на зростаюче усвідомлення впливу логістики на навколишнє середовище [2, с. 46–52].

Один з аспектів у логістичній політиці пов'язаний із монополістичними тенденціями у цій галузі. Конкуренція зазвичай призводить до домінування на ринку, у результаті певні гравці отримують монопольну владу. Таке домінування ставить під питання багато суспільних інтересів, таких як доступ (більш дрібні суб'єкти не мають доступу до інфраструктури), доступність і ціна (монополіст може встановлювати високі ціни).

Інші причини для втручання уряду включають прагнення обмежити іноземну присутність у такій життєво важливій галузі через побоювання, що система буде відсунута на другий план для обслуговування іноземних інтересів. В останні роки глобалізація посилила взаємодію логістики на міжнародному рівні [10], але при цьому призвела до появи великих гравців, які керують стратегічними портфелями у сфері логістики на всіх рівнях. Розвиток мультимодальних операцій дав змогу поліпшити координацію інвестицій у логістичну інфраструктуру, поліпшуючи ефективність логістичних мереж і логістичних ланцюжків поставок. Перехід до соціальних питань, які лежать в основі логістичних проектів, змусив політику стати більш чутливою до екологічних наслідків і соціальної відповідальності за них. Однак це пов'язано з додатковими витратами, затримками і суперечностями багатьох великих логістичних проектів [3, с. 84–102].

Логістична інфраструктура. Фізична логістична інфраструктура України (тобто автомобільні, залізничні та порти, аеропорти, термінали, склади, логістичні платформи і т. д.) має вирішальне значення для переміщення з виробничих майданчиків до кінцевих споживачів. Це означає, що логістична інфраструктура також критично важлива для забезпечення можливості для бідніших сільських і периферійних міських регіонів отримувати вигоди від інвестицій та економічного розвитку [12–14].

На регіональному рівні важливо також мати якісні транспортні коридори, які перетинають регіони, з'єднуючи країни і національні регіони зі світом. Для цього потрібне регіональне співробітництво як у сфері логістичної інфраструктури, так і з питань регулювання та обміну інформацією. Країни повинні вивчити угоди, що діють у національних регіонах, і розглянути можливість їх підписання.

Відсутність доріг означає відсутність логістики, неякісні дороги означають менші обсяги і більш високі пов'язані з нею витрати, оскільки такі дороги можуть пошкодити як вантажівки, так і товари, що транспортуються, аж до повної втрати товарного виду продукції. За відсутності контейнерів, транспортних засобів або сховищ, обладнаних рефрижераторними установками, відзначається високий рівень псування товарів, що відвантажуються, а перевезення деяких товарів, особливо

харчової, сільськогосподарської та фармацевтичної продукції, стає скрутним або взагалі неможливим.

Дефіцит контейнерного обладнання в морських та річкових портах і на залізничних станціях може обмежувати обсяги і збільшувати витрати логістики. Брак смуг руху і місць для паркування може призвести до утворення пробок, збільшення забруднення і зниження обсягу логістичних послуг. Існує прискорена процедура пропуску вантажівок, за якої представлена попередня інформація про товарні партії, однак ефект від такої процедури може бути зведений нанівець за відсутності окремої смуги руху для прискореного пропуску, оскільки таким вантажівкам доводиться чекати в загальній черзі з усіма іншими вантажівками по кільканадцять годин (а в деяких випадках навіть днів), перш ніж вони доїдуть до співробітника митниці та зможуть пройти прискорену процедуру пропуску.

Пов'язані з інфраструктурою проблеми на кордоні можуть також збільшуватися іншими чинниками, такими як:

1. Правила і процедури, пов'язані з транспортом (огляд вантажівок, обмеження для водіїв, вимоги до переміщення товарів між залізничним обладнанням тощо). Деякі з них можуть бути спрощені шляхом прийняття міжнародних стандартів, угод про взаємне визнання та регіональної або міжнародної гармонізації, а інші – за допомогою технологій (використання GPS для відстеження транспортних засобів у дорозі).

2. Інші організаційні чинники, що викликають надмірні затримки на кордоні. Деякі з них можуть бути усунені за рахунок продовження часу роботи, більш широкого використання управління ризиками, спільних перевірок митної та інших служб, таких як санітарна інспекція, і навіть організації спільних прикордонних переходів. Нарешті, країни-імпортери та країни-експортери можуть здійснювати перевірку й оформлення одночасно, щоб не змушувати перевізника двічі зупинятися і проходити процедури по обидва боки кордону.

Нетарифні бар'єри. Нетарифні бар'єри в логістиці, такі як надлишкові вимоги до ліцензування, можуть призвести до ще більш значного ослаблення конкурентоспроможності підприємства і зниження можливості брати участь у глобальних і регіональних логістичних ланцюжках поставок.

Нетарифні бар'єри в логістиці ведуть до зростання витрат, а також характеризуються більш високою непередбачуваністю (порівняно з тарифами). Непередбачуваність призводить до того, що інші сторони, які перебувають на нижчому рівні, змушені тривалий час зберігати дорогі запаси на своїй території, що пов'язано з неприйнятними «резонансними ефектами» для всього ланцюжка поставок.

В умовах глобального ринку одержувачі товару вимагають високого ступеня впевненості в тому, коли й як будуть здійснюватися поставки. Це набагато важливіше швидкості доставки.

Відстеження поставки також передбачає преміальну надбавку, яку багато вантажовідправників готові сплачувати. Іншими словами, відстеження

ланцюжка поставок – це питання не тільки часу та вартості, а й якості доставки [15].

Функції експорту та імпорту тісно пов'язані з часом, необхідним для перетину кордону, і передбачуваністю, навіть якщо є додаткові чинники, крім процедур, які впливають на міжнародну торгівлю, такі як логістична інфраструктура і внутрішня організація митниці та прикордонних служб.

Однією з найбільш серйозних перешкод для країн, що розвиваються, є логістичні витрати. Сьогодні нетарифні витрати (фрахт, страхування та інші збори, пов'язані зі здійсненням зовнішньоторговельної діяльності) можуть значно перевищувати будь-які збережені імпорتنі тарифи, оскільки переміщення продукції відбувається на різних етапах виробництва. Ці логістичні витрати мають як грошовий аспект (транспортні, страхові та інші збори), так і більш матеріальний аспект: інформаційні витрати, негрошові бар'єри (регулювання, ліцензування і т. д.) і низька якість управління логістикою, що призводить до невизначеності.

Ці різноманітні перешкоди в логістиці можуть бути виражені в еквіваленті адвалерного тарифу за певною ставкою. Логістичні витрати варіюються залежно від України і, як правило, являють собою набагато більш значущі перешкоди порівняно з тарифами в галузях зі складними довгими ланцюжками поставок.

Існує широкий спектр інструментів і ресурсів, які можна використувати, щоб допомогти країнам створити більш сприятливі умови й мінімізувати нетарифні бар'єри в логістиці.

Важливо розглянути можливість створення більш сприятливих умов для імпорту, особливо ресурсів, які використовуються у виробництві. протекціоністські податки і нетарифні бар'єри для імпорту більше не є ефективною стратегією економічного розвитку в світі, де основні економічні інтереси зосереджуються в рамках регіональних і глобальних ланцюжків постачань.

У цілому під час розроблення логістичних стратегій сприяння розширенню участі в логістичних ланцюгах поставок пріоритетним напрямом є зниження витрат незалежно від того, чи спричинені вони відсутністю інфраструктури або надмірним регулюванням і процедурами.

«Країни з дуже високими логістичними витратами не зможуть брати участь у глобальних ланцюгах створення вартості, тому експортувати вони, швидше за все, будуть традиційні товари, причому нерідко – сировину і матеріали.

Країни, що розвиваються, намагаються вирішити цю проблему, створюючи зони експортного виробництва, в яких забезпечується відмінна якість логістики та митного оформлення (а також повернення мит на імпорт).

Проблема цього менш оптимального підходу полягає у тому, що він обмежує участь у глобальних ланцюгах поставок невеликим числом компаній, тоді як інші вітчизняні компанії, особливо малі підприємства, які можуть стати постачальниками комплектуючих, як і раніше, працюють в

умовах високих трансакційних витрат. Найкращим варіантом є створення більш сприятливих умов торгівлі для всіх суб'єктів в економіці» [20].

Нижче наведено деякі основні міжнародні ресурси, які пропонують оцінку ефективності роботи України у сфері спрощення процедур і нетарифних бар'єрів у торгівлі.

2. Основні напрями вдосконалення політики і стратегії розвитку логістичних систем в Україні

Міжнародні стандарти. Ще одним критично важливим чинником, який необхідний для участі в логістичних ланцюгах поставок, є здатність підприємств упроваджувати міжнародні стандарти. Кінцева продукція повинна відповідати стандартам тієї країни, де ця продукція буде продаватися, тому й усі компоненти такої продукції також повинні відповідати цим стандартам. У результаті цього ті постачальники логістичних послуг, які не можуть надійно продемонструвати здатність послідовно дотримуватися необхідних стандартів за низьких витрат, навіть не розглядаються як партнери.

Вимоги, пов'язані зі стандартами, – значний бар'єр для участі в глобальних ланцюгах поставок. Щоб виконувати ці вимоги, необхідні знання і технічні «ноу-хау», навчання яким не завжди доступно. Крім того, навіть постачальники логістичних послуг, які дотримуються таких вимог до якості, можуть не мати у своєму розпорядженні своєчасного і недорогого способу проходження обов'язкових випробувань і сертифікації, щоб довести свою відповідність вимогам.

Державна політика України відіграє певну роль у просуванні і забезпеченні надання таких послуг, зокрема послуг із проведення випробувань і сертифікації. У силу того, що випробування і сертифікація певної імпоротної й експортної продукції потрібні в усіх країнах, подібні послуги зазвичай виконуються або державними органами, або приватними організаціями, які пройшли державну акредитацію.

Деякі країни і деякі лабораторії мають угоди про взаємне визнання, які дають їм змогу визнавати результати випробувань та сертифікати, видані в інших країнах. Такі угоди значно знижують витрати експортерів. У зв'язку із цим необхідно активно прагнути до укладання подібних угод.

Формування трудових ресурсів світового рівня. Підвищення кваліфікації працівників і формування трудових ресурсів світового рівня пов'язані з різними напрямками логістичної політики і мають велике значення для:

1. участі в глобальних ланцюгах поставок;
2. збільшення частки країни в доданій вартості в рамках глобальних ланцюгів поставок;
3. використання основних стратегій сталого розвитку у сфері логістики.

Вартість і наявність робочої сили важливі для трудомістких функцій із більш низькою вартістю. У міру приєднання до глобальних ланцюжків поставок країн із більш дешевою робочою силою, які вже беруть участь у

цих ланцюжках, країни повинні розширювати свої можливості або спеціалізуватися на певних сегментах ринку логістичних послуг. Підвищення кваліфікації працівників стає необхідною умовою збереження конкурентоспроможності в галузі логістики.

Здатність збільшувати додану вартість, яку суб'єкти господарювання країни вносять у глобальні ланцюги поставок, обмежена знаннями і навичками наявних людських ресурсів. Таким чином, під час пошуку шляхів підтримки існуючих ланцюгів поставок або виявлення нових напрямів, необхідно працювати з приватним сектором, щоб визначити потреби в робочих місцях, навички, якими повинні володіти зайняті на таких робочих місцях працівники, і план «заповнення прогалин» у навичках наявних працівників з урахуванням того, що буде необхідно в майбутньому.

Цей план повинен включати такі елементи:

1) визначення різних етапів створення і впливу змін на кожному етапі на трудові ресурси, у тому числі й на необхідні навички;

2) для кожного етапу складаються профілі для необхідних робочих місць із зазначенням можливих джерел отримання таких навичок, звертаючи увагу на різні етапи розвитку навичок, що дає змогу належно вибудувати послідовність підготовки кадрів;

3) визначення програм та ініціатив на підтримку розвитку навичок для кожного етапу створення доданої вартості, який країна готова підтримати.

Крім розгляду підходів до формування відповідних навичок у рамках традиційної освітньої системи (за допомогою стажувань, майстер-класів тощо), також важливо забезпечити стимули як для компаній (організовувати навчання), так і для працівників (набувати навичок). Стимулом для працівників і наймачів для кожної категорії повинен бути створений реєстр усіх осіб, які отримали сертифікати, що дає змогу компаніям перевіряти навички потенційних співробітників.

Основні переваги такої системи для логістичних компаній полягають у посиленні мобільності навичок, зниженні невизначеності в процесі найму, повній атестації кваліфікації працівників і, що найважливіше, у зміцненні почуття гордості серед сертифікованих працівників, що формує культуру безперервного навчання і розвитку.

Участь у глобальних ланцюжках поставок дає можливість збільшити темпи економічного розвитку й отримати вигоди від збільшення зайнятості та передачі технологій. Для максимізації таких вигід важливо, щоб місцеві підприємства, а також підприємства, створені за допомогою прямих іноземних інвестицій, прямо й побічно брали участь у глобальних і регіональних ланцюжках поставок (включаючи мікро-, малі та середні підприємства (ММСП)).

Широка низка досліджень свідчить на користь того, що глобальні й регіональні ланцюжки поставок є найважливішим джерелом працевлаштування та економічного зростання в усьому світі, особливо в країнах, що розвиваються. Проведене дослідження вказує на те, що МСП забезпечують дві третини всіх офіційних робочих місць у країнах, що

розвиваються, і 80% – у країнах із низьким рівнем доходів. Інновації, експортоорієнтованість, знання і навички працівників, а деякою мірою й іноземні інвестиції сприяють зростанню зайнятості в глобальних і регіональних ланцюжках поставок.

Несприятливий діловий клімат не тільки є стримуючим чинником для залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в логістичні системи, а й послаблює вітчизняні підприємства, роблячи їх менш конкурентоспроможними в глобальних і регіональних ланцюжках поставок. У результаті одним із найважливіших способів зміцнення логістики, до якого можуть удатися політики, є поліпшення загального ділового клімату. Відправною точкою для визначення пріоритетів під час роботи над поліпшенням ділового клімату цілком підходять рейтинги за окремими індикаторами, використовуваним Світовим банком у дослідженні «Ведення бізнесу» (див. Список джерел інформації в кінці даної сесії) і Всесвітнім економічним форумом для підготовки рейтингу глобальної конкурентоспроможності [16]. Прямі іноземні інвестиції можуть відкрити багато шляхів для участі місцевих компаній у глобальних логістичних ланцюгах поставок, особливо коли інвестиції здійснюються провідною компанією, яка координує загальну ЦСС і заохочує або активно займається створенням ядр глобальних і регіональних ланцюжків поставок.

Водночас політика залучення прямих іноземних інвестицій та переваги, якими користуються іноземні інвестори, часом не сприяють створенню зв'язків із вітчизняною промисловістю або навіть можуть поставити вітчизняні компанії в не вигідне становище, якщо вони захочуть стати постачальниками для учасників глобальних і регіональних ланцюжків поставок. Це відбувається, коли особливі економічні зони (ОЕЗ) (або інші економічні пільги) обмежені компаніями з іноземними інвесторами. У такій ситуації для компанії дешевше закуповувати сировину і комплектуючі в іншій іноземній компанії, ніж у вітчизняній, яка не користується такими перевагами і, таким чином, не в змозі конкурувати. Один зі способів вирішення цієї проблеми полягає у тому, щоб уживати особливих зусиль для заохочення внутрішніх інвестицій шляхом надання вітчизняним компаніям-експортерам тих же або аналогічних переваг, що й компаніям, створеним із залученням прямих іноземних інвестицій.

Інша стратегія, спрямована на заохочення передачі знань і розвиток зв'язків у логістичних системах за відсутності негативного впливу на конкуренцію, полягає у тому, щоб установити для іноземних компаній вимоги до організації навчання вітчизняних компаній (в обмін на будь-які переваги, які вони отримують). Це допомагає вітчизняним компаніям здобувати знання і навички, необхідні їм для того, щоб конкурувати за контракти на логістичне обслуговування і знайомити іноземну компанію з можливостями вітчизняних компаній.

Ланцюжки поставок, як і всі бізнес-процеси, конкурують на ринку, тому важливо зробити «пропозицію» ланцюжка поставок більш унікальною, у результаті чого зміна постачальників виявиться більш дорогою для інших

учасників ланцюжка. Це називається посиленням «стабільності» участі країни або компанії в ланцюжках поставок.

Деякі способи посилити цю «стабільність» включають забезпечення:

- збільшення відсотка активної високоякісної мережі вітчизняних постачальників третього і четвертого рівнів логістичних послуг (потрібно більш кваліфікований персонал, більше інвестицій і т. д.);

- інших ресурсів або переваг, таких як наявність більш дешевих, більш близько розташованих природних ресурсів, більш якісних логістичних мереж і т. д.

Країни і компанії повинні постійно прагнути «просунутися», збільшуючи відсоток доданої вартості, яку вони вносять (і тим самим підвищуючи частку прибутку, яку вони можуть «захопити»). Наскільки далеко можна просунутися й як швидко це може бути зроблено, частково залежить від «інноваційної системи» країни, яка є спільною основою для заохочення створення знань та інвестицій у навички у сфері логістики, поширення технологій, у тому числі в частині послуг, які формують зростаючий відсоток доданої вартості. Інновації часто асоціюється з високотехнологічними галузями. Водночас вплив на продуктивність вище у разі інновацій у низькотехнологічних галузях, тому зберігаються широкі можливості для досліджень і розробок, пов'язаних із продуктами, процесами і послугами, які не вимагають величезних інвестицій.

Із практичного погляду держава і приватний сектор країни повинні сформулювати свої пріоритети для участі в глобальних ланцюгах поставок.

Фінансування логістичних систем. Фінансування логістичних систем України залежить від політики фінансових установ та наявності кредитних реєстрів, що заслуговують на довіру. Водночас державна політика може зіграти важливу роль у заохоченні розроблення інноваційних методів фінансування, підвищення фінансової грамотності, страхування експорту та прийняття законодавства в таких сферах, як заставне забезпечення та банкрутство. Інноваційні та традиційні підходи до фінансування логістичних систем залежать від доступу до ефективної фінансової інфраструктури. Досвід Китаю після введення НБК (Народним банком Китаю) реєстрів активів для дебіторської заборгованості та оренди чітко показує, наскільки важливі ці зміни. Аналогічно досвід фінансових новаторів у розробленні нових джерел даних у допомогу під час оцінки кредитного ризику в умовах відсутності традиційних державних кредитних баз даних показує, що базова фінансова інфраструктура відіграє ключову роль в організації та розвитку логістичних систем. Для забезпечення можливості кредитування вирішальне значення має більш пильна увага осіб, відповідальних за формування політики в галузі логістики, до розширення доступу до фінансової інформації та заохочення створення базової інфраструктури, такої як реєстри активів, бюро кредитної історії або бази даних кредитних ризиків, наприклад торговий реєстр міжнародної торгової палати [18].

Для експорту зазвичай потрібно, щоб компанії мали більший обсяг оборотного капіталу через більш тривалий проміжок часу з моменту замовлення до їх оплати. Без доступу до фінансування багато компаній просто залишаються поза експортних ринків.

Ще однією сферою, що часто не беруть до уваги й яка може також істотно вплинути на конкурентоспроможність вітчизняних логістичних компаній, є політика і процедури повернення ПДВ. Тоді як системи повернення ПДВ нерідко працюють досить добре в разі великих компаній, у глобальних і регіональних ланцюжках поставок часто вважають цей процес надмірно трудомістким і дорогим. У результаті вони часом навіть не звертаються за поверненням ПДВ, що робить їхню продукцію дорожчою і менш конкурентоспроможною. У Робочому документі МВФ за 2005 р. [19], в якому аналізується досвід використання ПДВ у низці розвинених країн, країн, що розвиваються, і країн із перехідною економікою, рекомендовано деякі передові методи, включаючи негайне повернення ПДВ експортерам і пільговий режим для компаній, що користуються доброю репутацією в частині дотримання законодавства. Автоматизовані системи і технології можуть також сприяти прискоренню та підвищенню якості процесів повернення ПДВ, про що йдеться в дослідженні Price Water House Coopers «Дотримання законодавства з ПДВ: Вплив на бізнес і то, як можуть допомогти технології» [20], заснованому на даних 142-х країн, у тому числі країн Східної Європи.

Розширення участі вітчизняних підприємств у глобальних ланцюгах поставок пов'язано з низкою проблем. Водночас стратегічна робота для досягнення цієї мети може значно посилити вплив і вигоди, які забезпечить логістика для економіки України.

Стала логістика. Водночас участь України в глобальних і регіональних ланцюжках поставок – це палиця з двома кінцями. Даний процес може створювати ризики для цілей сталого розвитку. За відсутності державного втручання (через регулювання) тиск усередині глобальних і регіональних ланцюжків поставок на користь скорочення витрат може призвести до зниження екологічних стандартів, стандартів охорони та безпеки праці й до погіршення умов праці.

З іншого боку, за відповідного державного регулювання (тобто за наявності нормативних актів, які зосереджено на досягненні результатів, а не на тому, як досягаються результати) і забезпечення дотримання норм і вимог участь України в глобальних і регіональних ланцюжках поставок може призвести до інновацій і впровадження передових практик для досягнення цілей сталого розвитку.

Крім того, у міру спеціалізації економіки України деякі працівники можуть утратити роботу. Підтримувані урядом програми навчання можуть як скоротити пов'язану із цим процесом галузеве безробіття, так і підтримати рух економіки в бік більш високої доданої вартості.

Хоча компанії прагнуть до стратегії «на користь зниження витрат за всяку ціну», це більш не є успішною «стратегією виживання». Зростає

значимість соціальних й екологічних стандартів. Спочатку ця тенденція зародилася в рамках компаній та ініціативних груп корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Нині необхідність дотримання екологічних вимог та «зелені» ініціативи виходять на перший план під впливом як державної політики, так і (все більшою мірою) політики закупівель і ланцюгів поставок транснаціональних і великих корпорацій. «Споживачі вимагають, щоб провідні компанії стали більш відповідальними і прозорими щодо своєї практики. Успіх етичних брендів є свідченням потужності споживчого попиту і «зелених» показників» [17].

«Виживуть ті компанії-постачальники, які вважають за краще конкурувати на основі своїх екологічних показників на додаток до вартості, якості та інших традиційних факторів. Для конкуренції в майбутньому компаніям і ланцюжкам поставок необхідно буде погодитися провести зміни, щоб стати більш «зеленими» і прозорими, незалежно від того, чи будуть такі вимоги встановлені законом або на «добровільній» основі. Виграють ті країни, які розробляють політику, що сприяє переходу до більш стійкої практики» [17]. Нормативні положення та державна політика України у сфері логістики можуть підтримувати цілі сталого розвитку і допомагати компаніям протистояти безпосередньому тиску, визначаючи мінімальні стандарти охорони навколишнього середовища, безпеки й охорони праці в галузі логістики. Водночас ця політика і положення, а також заходи щодо їх реалізації повинні встановлюватися з урахуванням консультацій, щоб забезпечити їх дієвість (акцент на результатах) та ефективність без шкоди для загальної конкурентоспроможності національної економіки України й її підприємств.

У результаті цього після визначення заходів політики України у сфері логістики їх необхідно ранжувати залежно від пріоритетності. Робити це слід, беручи до уваги ті кроки, які необхідно зробити, щоб забезпечити підтримку сталого розвитку за рахунок участі в глобальних і регіональних ланцюжках поставок (забезпечуючи позитивні соціальні та екологічні, а також економічні результати) [21].

Незалежно від використовуваної структури оцінка конкурентної позиції України й аналіз того, як можна розширити її участь у глобальних і регіональних ланцюжках поставок, повинні стати безперервним процесом. Щорічно відзначаються зміни в технологіях, інфраструктурі, економіці та політичному середовищі, що впливає на логістичну політику.

Крім того, оскільки глобальні й регіональні ланцюжки поставок, урешті-решт, пов'язані з бізнесом, важливо, щоб ці оцінки і вибір варіантів політики та пріоритетів здійснювалися в партнерстві приватного сектору і державних органів, відповідальних за логістику, просування експорту, імпорту та прямих іноземних інвестицій (ПІІ).

Нижче наведено дві можливі стратегії визначення пріоритетів, які відображають різні підходи до прийняття рішень, але не є взаємовиключними:

1) визначення пріоритетів на основі нинішньої участі України в глобальних і регіональних ланцюжках поставок;

2) використання системи індексу глобальної конкурентоспроможності (розробленої Світовим економічним форумом) [22–24].

У рамках цієї системи виділяють три основні типи економік:

1. орієнтовані на ресурси;
2. орієнтовані на ефективність;
3. орієнтовані на інновації.

Основоположні «елементи» для кожного типу економік закладають основу для переходу на наступний «рівень». Використовуючи цю структуру, Україна зможе визначити основні рушійні сили існуючої економіки, а потім установити пріоритетність дій, які зможуть поліпшити її основні «елементи», що дасть змогу країні як удосконалити існуючу економіку, так і просунутися вперед, переходячи до більш складних видів логістичної діяльності.

Значимість ключових показників ефективності (KPI). Після того як визначено заходи на підтримку участі України в ланцюжках створення вартості й установлено пріоритети, вкрай важливо сформулювати ключові показники ефективності (KPI). Це дасть змогу Україні визначити, «де вона знаходиться зараз», і вимірювати досягнутий прогрес [25].

Для розширення можливостей національної економіки України та вітчизняних підприємств брати участь у глобальних ланцюгах поставок будуть потрібні інвестиції. Без ключових показників ефективності дуже складно, якщо не неможливо, виміряти прогрес й оцінити результати. Ключові показники ефективності також забезпечують важливу мотивацію для учасників, даючи їм змогу оцінювати свої досягнення й ефект від виконаної роботи. Багато ключових показників ефективності логістичної діяльності можуть бути взяті з міжнародних індексів, таких як дослідження Всесвітнього банку з питань ведення бізнесу та логістики.

Можливе використання індексів ефективності роботи, які складаються Всесвітнім економічним форумом, індексу участі країн світу в міжнародній логістиці системи та індексу глобальної конкурентоспроможності або інформації, що регулярно публікується Міжнародним торговим центром, СОТ та ін. Крім того, Україна може провести власні дослідження, щоб установити еталонні показники для подальшої оцінки досягнутого прогресу.

Запропоновані Світовим банком цілі національної політики і можливі відповідні показники ефективності можуть стати основою програми розвитку логістичних систем в Україні:

- усунення перешкод на кордоні;
- посилення зв'язків внутрішнього ринку із зовнішніми ринками на основі розвитку глобальних і національних ланцюгів поставок;
- посилення визначальних чинників для інвестицій у логістичні системи;
- удосконалення вітчизняної інфраструктури логістичних послуг і структури логістичного ринку;
- стимулювання соціальної модернізації з використанням цілей сталого розвитку і стійкої логістики;

- створення умов для справедливого розподілу можливостей і результатів.

Водночас не слід обмежуватися тільки цими рекомендаціями, необхідно прагнути до визначення ключових показників ефективності логістичної діяльності, які найкраще відповідають ситуації в Україні і національним цілям.

Висновки. Участь у логістичних ланцюжках поставок вартості – це конкурентний бізнес-процес, тоді як добре продумана державна політика має значення для реалізації підприємствами свого потенціалу. Створення ефективних логістичних систем вимагає справжнього партнерства між державою і приватним сектором. Для осіб, які формують політику, це означає створення інфраструктури, нормативних положень і стимулів, які сприятливі як для бізнесу, так і для досягнення цілей стратегії сталого розвитку.

Державна політика відіграє ключову роль у розширенні та зміцненні участі економіки країни в регіональних і глобальних логістичних ланцюжках поставок.

Формування політики в галузі логістики забезпечує більш широкі середньострокові і довгострокові перспективи та знижує ризик, який може виникнути за спроби підтримувати «виграли режими логістичної галузі» (які ринок у кінцевому підсумку може визначити як «ті, хто програв»).

Існує широкий спектр інструментів і досліджень, що публікуються міжнародними організаціями, такими як Міжнародний торговий центр, Організація Об'єднаних Націй, Світовий економічний форум, Всесвітній банк та ін., що оцінюють діловий клімат і досягнутий прогрес.

Підтримка участі країни в логістичних ланцюжках поставок вимагає програмно-цільового підходу, оскільки необхідно розглядати практично всі аспекти ділового клімату країни. Із тієї ж причини, з якої необхідний програмно-цільовий підхід, оцінка і вибір заходів політики на підтримку участі в логістичних ланцюжках поставок є складним процесом. Можна звузити цей процес, зосередившись на тих сферах, де вже досягнуто успіхів у забезпеченні участі в глобальних логістичних ланцюжках поставок, і сферах конкурентної переваги всередині національної економіки.

Надмірна кількість документації, складні процедури і високі витрати ведення бізнесу чинять негативний вплив на конкурентоспроможність логістичних систем, тому поліпшення загального ділового клімату в країні за цими напрямками може зробити позитивний вплив (незалежно від того, чи є вони частиною глобальних логістичних ланцюжках поставок чи ні).

Прямі іноземні інвестиції відіграють важливу роль у розвитку логістики. Відповідні заходи державної політики в галузі логістики повинні забезпечувати зв'язок із вітчизняними підприємствами, не завдаючи шкоди їхній конкурентоспроможності, забезпечуючи зусилля країни щодо досягнення стратегії сталого розвитку, встановленої Організацією Об'єднаних Націй (створення «екосистем» компаній, забезпечення адекватного захисту навколишнього середовища, підвищення зайнятості та

кваліфікації працівників, а також упровадження стійких моделей споживання і виробництва та ін.)

Після визначення пріоритетів дуже важливо встановити ключові показники ефективності (KPI) для кожної стратегічної мети в логістичній політиці. Ключові показники ефективності допомагають країнам забезпечити мотивацію і звітність учасників логістичного процесу. Крім того, ключові показники ефективності дають змогу особам, відповідальним за формування політики, оцінювати ефективність своїх рішень, щоб за відсутності прогресу можна було внести корективи в плани, перерозподіливши кошти на більш успішні ініціативи.

Список використаних джерел:

1. Innovation Process Management in Ukraine: problems in commercialization of scientific and technical developments Part 4.4: Modeling of supply chain management based on outsourcing of logistics functions Edited by Yurii Vovk, Oleh Karyy Lviv : LLC "Rastr-7", 2018. P. 205–220.
2. Саєнсує М.А. Логістика як складова стратегії сталого розвитку *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 17. С. 46–52.
3. EC (2016a) Peer Review of the Ukrainian Research and Innovation System, Horizon 2020 Policy Support Facility. URL: <https://rio.jrc.ec.europa.eu/en/policy-support-facility/peer-review-ukrainianresearch-and-innovation-system>.
4. EC (2016b) Peer Review of the Ukrainian Research and Innovation System, Report written by the independent panel of experts and national peers, Horizon 2020 Policy Support Facility. URL: <https://rio.jrc.ec.europa.eu/en/file/10369/download?token=38ITxhUE>.
5. Global Mobility Report (2017) prepared by Sustainable Mobility for All (SuM4All) initiative. URL: <http://www.sum4all.org/publications/global-mobility-report-2017>.
6. ITF (2016) Logistics Development Strategies and Performance Measurement, Roundtable report 158. URL: <https://www.itf-oecd.org/logistics-development-strategies-and-performancemeasurement-0>.
7. ITF (2017) ITF Transport Outlook 2017, OECD Publishing, Paris. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789282108000-en>.
8. McKinnon (2017) Sustainable Logistics; related material. URL: http://www.alanmckinnon.co.uk/sustainable_logistics.html.
9. Pittman (2017) Reforming and Restructuring Ukrzaliznytsia: A Crucial Task for Ukrainian Reformers. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2894553.
10. Sustainable Logistics – An Introduction to the Concept and Case Studies from Germany (2015), GIZ and GPSM, Germany. URL: http://www.sustainablefreight.com.au/files/541_sustainable_logistics_giz_gpsm_04_2015.pdf.
11. Update of the Handbook on External Costs of Transport – Final Report (2014) European Commission. URL: https://ec.europa.eu/transport/themes/sustainable/studies/sustainable_en.
12. UNCTAD (2013) Review of Maritime Transport 2013. URL: unctad.org/en/publicationslibrary/rmt2013_en.pdf; the latest 2017 issues.
13. UNCTAD (2017) Review of Maritime Transport 2017. URL: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1890>.
14. USITC (2005) Logistics services: An overview of the Global Market and Potential Effects of Removing Trade Impediments, Washington D.C.
15. World Bank (2010) Ukraine: Trade and Transit Facilitation Study. URL: http://siteresources.worldbank.org/UKRAINEEXTN/Resources/TTF_April2010.pdf.

16. World Bank (2015a): Shifting into Higher Gear. Recommendations for Improved Grain Logistics in Ukraine. Report No: ACS15163, August 2015. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/22752>.
17. World Bank (2015b): Options for Implementing Ukraine's Railway Restructuring Plan – A Phased Implementation Concept 2015-2022, October 2015.
18. Perelik transport land and UN conventions. URL: <http://www.unece.org/trans/conventn/intro.html>.
19. Regularly please log in car infrastructure, salvage transport and internal water connections within the framework of the European Economic Committee (UNECE). URL: https://www.unece.org/trans/theme_infraekt.org.
20. The main project of the European transport sector, the development of a joint venture of UNECE and the Economic and Social Council of the United Nations in the Asia and the Pacific. URL: <https://www.unece.org/trans/main/eatl.html>.
21. Corresponding methodical instructions on the organization of the pass to the cordon and the physical aspects of our design are created in Dovidniku OBS-EEC of the United Nations for the best practice of cordon (OBS, UNEC, 2012).
22. Corinary transfer of such resources to clarify information about their own activities is to be done at the Practical Center € EEC of the United Nations. URL: <http://tfig.unece.org/>.
23. Index of efficiency logistic, to be stored by our bank. URL: <https://lpi.worldbank.org/>.
24. Dedicated to Svetovy Bank “Vedennya biznesu” (indicators of international trade). URL: <http://www.doingbusiness.org/> and <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/AnnualReports/English/DB2018-Report.pdf>.
25. Indicators on the facilitation of trade procedures at the OESR. URL: <http://www.oecd.org/trade/facilitation/indicators.htm>.

Сороко Э.М.
доктор философских наук,
ведущий научный сотрудник, начальник отдела
Института философии НАН Республики Беларусь, Минск

Егорова-Гудкова Т.И.
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономико-правового факультета
Одесского национального университета
имени И.И. Мечникова

Пань Ли
магистрант экономико-правового факультета
Одесского национального университета
имени И.И. Мечникова

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация

Происходящие изменения в международной обстановке положили начало новым подходам в сфере политических, экономических и военных отношений стран мирового сообщества. В этих условиях обеспечение национальной безопасности тесно связано с решением экономических вопросов. Вместе с тем с особой остротой встает проблема обеспечения экономической безопасности государства и практических шагов в этом направлении.

Потребность в защите от негативных внешних воздействий и предотвращении радикальных внутренних изменений организации любой формы, иначе говоря, потребность в безопасности – это базовая, основополагающая потребность как жизни отдельного человека, семьи, так и различных организаций, включая общество и государство. Сегодня наиболее актуальными являются вопросы, связанные с угрозами национальной безопасности государства. Экономическая безопасность – одна из важнейших составляющих национальной безопасности любой страны. Системный подход к исследованию экономической безопасности и разработке рекомендаций по ее обеспечению является основополагающим. Особого внимания заслуживает применение теории структурной гармонии систем, основные положения которой предлагают рассматривать любую систему, в том числе и систему экономической безопасности, в разрезе ее инвариант и вариаций.

Вступление. Безопасность – вечная тема существования и развития человечества. Решение вопроса о безопасности, сопутствующего всему периоду человеческого общества, какому бы то ни было – доисторическому

или современному, представляет собой первичную потребность. Потребность в защите от нежелательных внешних воздействий и радикальных внутренних изменений, иначе говоря, потребность в безопасности – это базовая, основополагающая потребность как жизни отдельного человека, семьи, так и различных объединений людей, включая общество и государство. В условиях формирования рыночной экономики сфера безопасного существования настолько сузилась, что постоянное и массовое неудовлетворение этой потребности оказывает негативное воздействие на развитие и функционирование отдельных граждан, семей, организаций, государства и общества в целом, усугубляя кризисное состояние всех сфер его жизнедеятельности.

Экономическая безопасность – одна из важнейших составляющих национальной безопасности страны. В самом общем виде экономическая безопасность зависит от совокупности факторов оптимального соотношения в масштабах структур государства, состояния экономики общества, содержания института власти и культуры общественной жизни. Под ней понимается многоуровневое явление: экономическая безопасность личности, экономическая безопасность региона или сферы хозяйственной деятельности и пр.

Кроме того, мировой финансово-экономический кризис продолжает оказывать влияние на уровень экономической безопасности Китая и других государств мира [1]. Очевидно, представляет жизненно важный интерес рассмотрение мер обеспечения экономической безопасности, принятых в различных странах, в частности в Китае.

Проблемы обеспечения экономической безопасности Китая как неременного условия экономической стабильности и инновационного развития привлекают к себе все более пристальное внимание политических деятелей, ученых, самых широких слоев населения. Как показывает мировой опыт, обеспечение экономической безопасности – это гарантия независимости страны, условие стабильности и эффективности жизнедеятельности общества, достижения успеха, поэтому обеспечение экономической безопасности относится к числу важнейших национальных приоритетов.

Объект исследования – национальная хозяйственная система страны.

Предмет исследования – социально-экономические процессы воспроизводства в национальной экономике. Методы исследования: сравнения, сопоставления, нормативного и позитивного анализа.

Цель работы – рассмотреть роль экономической безопасности в системе национальной безопасности страны. Для реализации поставленной цели планируется выполнение следующих задач:

- определение понятия и сущности экономической безопасности;
- определение основных задач в области обеспечения национальной безопасности КНР;
- характеристика основных критериев и показателей экономической безопасности;

- анализ основных показателей экономической безопасности Китая;
- выявление существующих и потенциальных угроз экономической безопасности Китая на современном этапе развития.

1. Экономическая безопасность в условиях глобализации: содержание понятия, теоретические аспекты изучения, основные характеристики и факторы влияния: опыт Китая

Термин «безопасность» появился в далекие времена. Первые трактовки понятия «безопасность» возникли еще в античные времена. Аристотель содержание безопасности сводил к проблеме самосохранения. И сейчас человек живет в окружении различных угроз, рисков и опасностей, существующих как внутри человеческого сообщества и связанных с деятельностью, в том числе и экономической, различных субъектов, так и вне человеческого сообщества, например с природными катаклизмами.

Современные подходы к трактовке понятия «безопасность» появились сравнительно недавно, в XX веке, что во многом обусловлено происходящими войнами, революциями, возросшей опасностью техногенных и экологических катастроф. В результате в понятии «безопасность» произошло смещение акцентов с отдельного индивидуума (личности) на общество, государство, мировое пространство. Это, в свою очередь, выдвинуло проблему безопасности на одно из первых мест в жизни любого государства, а ее обеспечение стало приоритетом государственной политики.

Безопасность является основой существования и динамичного развития любых систем, при этом особое значение имеет экономическая безопасность [2].

Экономическая безопасность является одной из важнейших составляющих безопасности государства, следовательно, для любого государства крайне важно решить проблему обеспечения экономической безопасности.

Понятие «экономическая безопасность» в мировой экономической науке и практике появилось в XX веке. Общеизвестно, что термин «экономическая безопасность» ввел президент США Т. Рузвельт в 1934 г., создав Федеральный комитет по экономической безопасности в связи с осознанием необходимости государственного регулирования экономики и отказом от классической практики невмешательства государства в экономическую жизнь. С тех пор вопрос об экономической безопасности не терял своей актуальности, а в период осложнения экономической ситуации был особенно острым.

В Китае исследование экономической безопасности началось с 1996 г., особенно в связи с финансово-экономическим кризисом Азии в 1997 г., проблемы в данной области стали горячей точкой для изучения. Новые социально-экономические и политические условия требовали качественно иных подходов к обеспечению эффективного функционирования и развития национальной экономики, основанных на законах рынка, принципах возмездности и доходности и критериях сравнительной эффективности.

Во многих научных работах содержание экономической безопасности трактуется в качестве критерия действенности экономической политики государства в виде системы целенаправленных действий по достижению намеченных целей и задач в интересах общества [3]. С одной стороны, «экономическая безопасность» отражает реальное состояние экономической жизнеспособности государства, а с другой – характеризует взаимосвязь между имеющимися научными разработками по этой проблеме и проводимой государством экономической политикой. В общем смысле, по их мнению, состояние экономической безопасности отражает общий уровень экономики страны, наличие и характер угроз государству, обществу и индивиду, эффективность проводимой экономической политики и государственного регулирования экономических отношений. Следовательно, ее содержание зависит от эффективности экономической системы, действенности экономических и неэкономических методов управления и определяется наличием внутренних факторов в организации производства (низкая конкурентоспособность производимой продукции, неразвитость инфра-структуры и др.) и внешних (геополитических, внешнеэкономических, экологических и др.), которые при определенных условиях могут вызвать негативные явления на макроэкономическом уровне и создать реальную угрозу экономической безопасности страны.

Сама экономическая безопасность имеет сложную внутреннюю структуру, в которой можно выделить три ее важнейших элемента:

1) Экономическая независимость. Экономическая независимость не носит абсолютного характера потому, что международное разделение труда делает национальные экономики взаимозависимыми друг от друга. В этих условиях экономическая независимость означает возможность контроля над национальными ресурсами. Необходимо выйти на такой уровень производства, эффективности и качества продукции, который обеспечивает ее конкурентоспособность и позволяет на равных участвовать в мировой торговле, кооперационных связях и обмене научно-техническими достижениями.

2) Стабильность и устойчивость национальной экономики, предполагающие защиту собственности во всех ее формах, создание надежных условий и гарантий для предпринимательской активности, сдерживание факторов, способных дестабилизировать ситуацию (борьба с криминальными структурами в экономике, недопущение серьезных разрывов в распределении доходов, грозящих вызвать социальные потрясения, и т. д.).

3) Способность к саморазвитию и прогрессу, что особенно важно в современном, динамично развивающемся мире. Создание благоприятного климата для инвестиций и инноваций, постоянная модернизация производства, повышение профессионального, образовательного и общекультурного уровня работников становятся необходимыми и обязательными условиями устойчивости и самосохранения национальной экономики.

Сущность экономической безопасности можно определить как такое состояние экономики и институтов власти, при которых обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социально направленное развитие страны в целом, достаточный оборонный потенциал даже при наиболее неблагоприятном условии развития внутренних и внешних процессов. Таким образом, экономическая безопасность – это не только защищенность национальных интересов, но и готовность, и способность институтов власти создавать механизмы реализации и защиты национальных интересов развития отечественной экономики, поддержания социально-политической стабильности общества.

Сущность экономической безопасности реализуется в системе критериев и показателей. Критерий экономической безопасности – оценка состояния экономики с точки зрения важнейших процессов, отражающих сущность экономической безопасности. Критериальная оценка включает в себя:

- ресурсный потенциал и возможности его развития;
- уровень эффективности использования ресурсов, капитала и труда;
- рациональную хозяйственную структуру, конкурентоспособность экономики;
- целостность территориального и экономического пространства;
- суверенитет, независимость и возможность противостоять внешним угрозам;
- социальную стабильность и условия предотвращения и разрешения социальных конфликтов.

Обобщая вышесказанное, можно сказать, что экономическая безопасность – это способность экономики обеспечивать эффективное удовлетворение общественных потребностей на национальном и международном уровнях. Иными словами, экономическая безопасность – это не только система, структурно представленная совокупностью инвариант и вариаций, но и совокупность внутренних и внешних условий, благоприятствующих эффективному динамическому росту национальной экономики, ее способности удовлетворять потребности общества, государства, индивида, обеспечивать конкурентоспособность на внешних и внутренних рынках, гарантирующую от различного рода угроз и потерь. «Можно констатировать, что в обобщенном виде экономическая безопасность определяется не только состоянием институтов власти ... но и оптимальным соотношением между ними, при котором гарантируются стабильность их функционирования, финансовый успех, прогрессивное научно-техническое и социальное развитие страны» [4]. Пропорциональность при проектировании системы экономической безопасности, усиление инвариантного аспекта позволяют обеспечить системе свойства самоорганизации и самогармонизации за счет возникновения в системе эмерджентных или дополнительных свойств.

Последние три десятилетия в мире отмечены резким ускорением выхода экономических и политических процессов за рамки национальных государств и приобретением ими нового качества, когда внешние условия

становятся определяющими при выработке основных положений экономической и социальной политики отдельных государств. Данный процесс носит название «глобализация», которая в последние годы приобрела себе неуклонную тенденцию. Между разными странами мира бурно развиваются торговля и сотрудничество в различных сферах, тем самым вопрос экономической безопасности давно стал весьма актуальным для правительств и экономистов всех стран, поэтому до совершения какой-либо международной деятельности его, безусловно, в первую очередь следует учитывать.

В настоящее время в сфере экономической безопасности китайскими учеными были проведены плодотворные исследования и обсуждения, выдвинуты разнообразные концепции и выводы. Наиболее замечательные из них: «экономическая безопасность – это то состояние, характеризующееся независимостью экономического суверенитета, наличием устойчивой экономической базы и крепкого экономического роста и обладающее достаточной независимостью, способностью самозащиты и конкурентоспособностью на международной арене»; «это такое состояние главных экономических интересов страны, неповрежденных кризисами, и при этом экономика полноценно функционирует»; «суть экономической безопасности рассматривается как то обстоятельство экономики и институтов властей, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социально направленное развитие страны в целом, достаточный оборонный потенциал даже при неблагоприятных условиях внутренних и внешних окружающих сред» и т. д.

Как правило, в разных странах экономическая безопасность обладает различными чертами и особенностями, восприятие подходов к ее понятию несколько варьируется, однако суть заключается в одном – состоянии защищенности экономики от угроз. С точки зрения уровня социально-экономического развития в развитых и развивающихся странах данный вопрос рассматривается по-разному, это определяется разными их позициями на мировой арене. Чаще всего считается, что стратегия экономической безопасности в развитых странах носит наступательный характер. Например, в США концепция безопасности национальной экономики представляет собой стремление к максимальной выгоде и господству над экономической системой остальных стран; в то же время в развивающихся странах понимание экономической безопасности отличается оборонительной чертой, часто таким странам необходимо защищать национальную экономику от внешних ударов, применять антикризисные меры. Более того, даже среди развивающихся стран отмечены разные особенности ввиду разнообразия в плане институтов власти, экономических систем, социальных культур и т. д.

Китайскими учеными предлагается краткое определение экономической безопасности: «Для развивающихся стран, таких как Китай, экономическая безопасность лучше всего определяется как способность обеспечивать постепенный рост жизненных стандартов всего населения через

национальное экономическое развитие при сохранении экономической независимости». Выделяются следующие характеристики экономики Китая, на основании чего исследуется тема данной работы.

Большой объем ВВП. Страна занимает второе место после США в мировом рейтинге по экономике, в нем отмечены и высокие динамичные темпы роста; при этом она занимает первое место по скорости экономического роста. Разработанная 40 лет назад, в 1978 г., стратегия социально-экономического развития не ставила своей задачей достижение замечательных результатов (количественно и качественно) в коротком периоде. Она исходила из необходимости постепенного реформирования экономики с последовательным прохождением ею «трех шагов». Охарактеризовать стратегию «трех шагов» можно следующим образом.

«Первый шаг» должен был охватывать период 1980-х годов. Ставилась задача в течение этого времени удвоить объем ВВП и обеспечить население страны продуктами питания и предметами первой необходимости. «Второй шаг» предполагалось осуществить в 1990-е годы. Его цель – новое удвоение объема ВВП. Реализация ее означала бы, что китайское общество стало обществом малого благосостояния («сяокан»). А «третий шаг» намечалось сделать уже в начале XXI века до его середины. Речь шла о четырехкратном увеличении ВВП, чтобы по показателю ВВП из расчета на душу населения достигнуть уровня среднеразвитых стран мира.

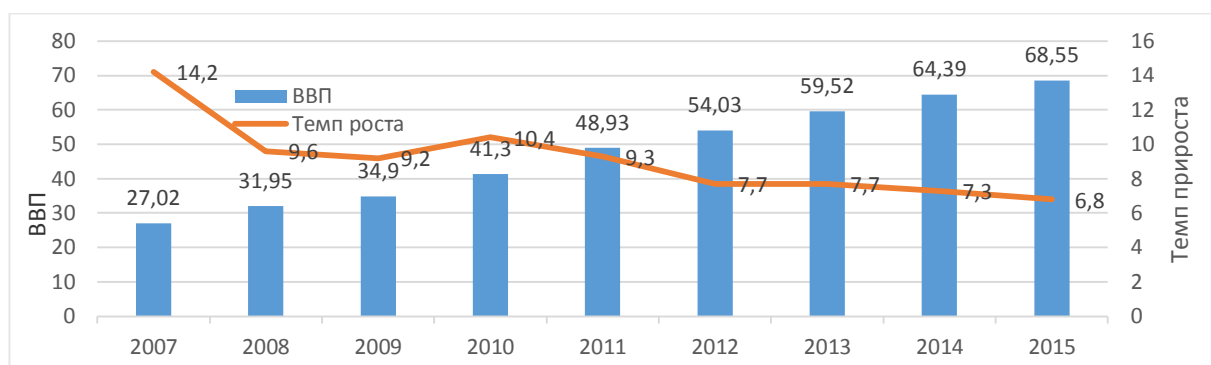


Рис. 1. ВВП Китая и его темпы прироста с 2007 по 2015 г.

Источник: <http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zsb=A0201&sj=2014>

Развивающаяся страна с развивающейся экономикой. Помимо высоких темпов роста экономики, наблюдается в стране и дисбаланс между общим количеством ВВП и ВВП на душу населения. Непременно признается, что экономика Китая не настолько развитая, согласно данным расчета МВФ, в стране ВВП на душу населения в 2016 г. составил 8 115 долларов США, что ниже среднемирового уровня (10 038 долларов США). Неподлежащий сомнению факт, что до того как Китай станет экономической державой с высоким качеством жизни, предстоит еще долгий путь, так как вышеупомянутый показатель не выделяется среди большинства европейских стран. Также стоит акцентировать внимание на уровне развития разных регионов: между югом и севером, западом и

востоком отмечается громадное неравенство. Например, между ВВП на душу населения в городе Шанхай и в одной из беднейших провинций Китая образуется пропасть – разница почти в 10 раз.

На национальном уровне экономическая безопасность зависит и от ряда факторов, которые обусловлены существующими и постоянно меняющимися экономическими интересами, это: обеспеченность сырьем и энергоресурсами; обеспеченность продуктами питания; обеспеченность финансовой системы и безопасность промышленности, обеспечение равновесия внешнего и внутреннего рынка, и т. д. Ниже проведено подробное описание и исследование уровня безопасности экономической системы Китая при анализе их составляющих факторов.

Финансовая безопасность. Под финансовой безопасностью понимается такое состояние финансовых институтов, гармоничное развитие совокупности финансовых отношений и процессов, при котором обеспечивается полноценная защита экономических интересов. Это важнейший элемент и фактор экономической безопасности, которым определяются состояние устойчивого развития финансовой системы страны и способность противостоять внешним угрозам. Важность финансовой безопасности также обуславливается тем, что в XXI веке конфликт и борьба между государствами в финансовом секторе отражены «войной без пороха», происходят тише, однако наносят больше вреда, чем война в традиционном смысле. Особенность состоит в том, что она осуществляется не только обычными боевыми средствами, но и нетрадиционными, например информационными, экономическими, финансовыми, политическими, которые порой оказываются намного сокрушительнее летального оружия. С точки зрения данного подхода главным критерием войны становятся не средства, а достигнутые результаты, сопоставимые с результатами, которые обычно ожидаются в случае победного завершения традиционной войны [5]. В то же время внутренняя проблема финансовой безопасности Китая имеет комплексный характер, пример заключается в следующем.

Макроуровень. Структурная перестройка экономики требует изменения и модификации в финансовой системе. С 80-х годов XX века главная роль финансов в стране рассматривается как поддержка и обеспечение роста стратегически важной отрасли при инвестировании в данные сферы деятельности с использованием огромного количества сбереженных в банковской системе денежных ресурсов населения, что обусловило высокий уровень процентной ставки депозитов. Также из-за несовершенной пенсионной системы в Китае большинство населения чувствует неопределенность в будущем.

Экономическим ростом сопровождается процесс повышения уровня дохода населения, Китай не исключение. Однако, принимая решение по распределению своих временно свободных денежных ресурсов, большинство населения в первую очередь вкладывает их в банки либо покупает государственные облигации, нежели тратит на потребление, особенно заметно данное явление среди деревенских жителей. Приоритетным

стимулом развития экономики в мировой практике считаются стимулирование внутреннего спроса и повышение удельного веса потребления в структуре ВВП. В Китае донор роста экономики в первую очередь – инвестиции, 43% от ВВП, потребление – 38% (рис. 2), для сравнения: удельный вес потребления ВВП в США – 70%.

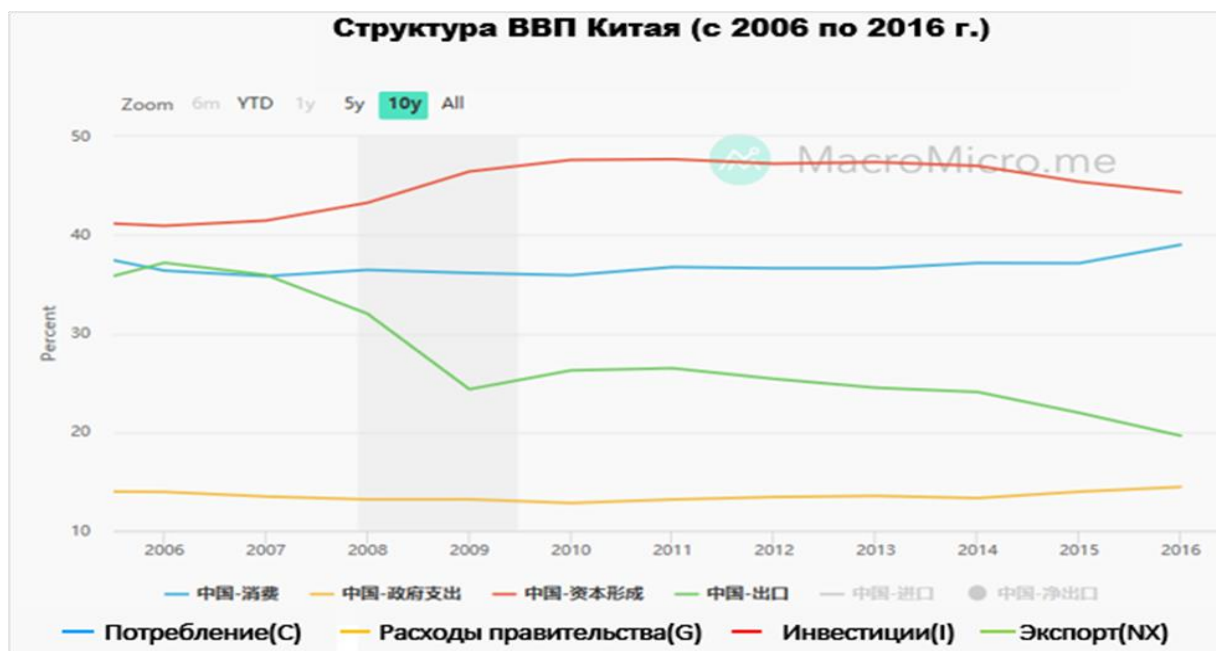


Рис. 2. Структура ВВП Китая по расходам

Источник: Национальный банк КНР. URL: <https://sc.macromicro.me/collections/22/cn-gdp-relative/984/cn-gdp-percentage>

Микроуровень. Насущная проблема, которой правительству следует уделять внимание, – микрокредиты и микрофинансовые организации (МФО). Вначале правительство рассматривало микрокредиты как полезный инструмент в борьбе с бедностью и часто рекламировало их в СМИ. Однако этот инструмент вышел из-под контроля и стал угрожать стране катастрофой – от протестов в некоторых регионах страны до обвала на финансовых рынках.

В 2015 г. Госсовет КНР опубликовал «Программу развития финансовой системы, доступной для всех групп населения, 2016–2020» [6]. В ней значительная роль отводилась микрокредитам. «Нужно стимулировать создание финансовыми структурами инновационных продуктов, в том числе продвижение микрокредитных продуктов, микрокомпаний по страхованию жизни. Необходимо расширять каналы финансирования микрокредитных компаний и ломбардов».

Однако впоследствии в СМИ стали всплывать жуткие подробности работы МФО. Одна из крупнейших платформ Интернет-кредитования, недавно вышедшая на IPO в Нью-Йорке, требует обнаженные фотографии у студенток в качестве залога за кредит. Подобные действия непосредственно угрожают стране социальной стабильностью. Причина таких способов выбивания долгов в том, что еще в 2015 г. Верховный суд КНР постановил,

что суммарная стоимость кредита не может превышать 36% годовых. Это значит, что решить в правовом поле проблему неплатежей по кредитам с более высокой процентной ставкой попросту невозможно. Все это создает большие социальные риски. С развитием Интернет-финансов жертвы микрокредитов могут появляться по всей стране, формируя потенциальный конфликт более широкого масштаба.

2. Ресурсы, фундаментальные составляющие безопасности и формирование стратегии защиты экономической безопасности в условиях глобализации: опыт Китая

Сложным направлением в стратегии Китая является модернизация экономики и ее переориентирование на производство инновационных и высокотехнологических продуктов. Как было упомянуто выше, хозяйственная структура Китая не столь рациональна, не соответствует объему ВВП, в стране не хватает ключевых технологий и высококвалифицированных специалистов. Более того, в ряде отраслей наблюдается избыток производственных мощностей [7]. К примеру, согласно опубликованному Всемирному докладу сталелитейной ассоциации (WSA), глобальная металлургия выросла в 2017 г. на фоне роста производства в Китае – крупнейшего в мире производителя стали, однако стояла весьма серьезная проблема избытка: необходимо было продвигать структурную реформу со стороны предложения, чтобы оптимизировать ее растущий сталелитейный сектор.

Суть избытка производственных мощностей – диспропорция соотношения между инвестициями и потреблением и вызванные этим структурные проблемы предложения и спроса.

Можно выявить две модели развития экономики: западную и восточную. Если для «западной» модели характерна относительно низкая доля накопления капитала в ВВП (в среднем менее 21%), то для «восточной», наоборот, свойственна высокая доля накоплений капитала в ВВП (около 30%) [8].

Для китайской модели инвестирования характерна восточная модель. В то же время китайская экономика по сравнению с другими странами Восточной Азии отличается более сильной опорой на инвестиции. С одной стороны, это отражение особой роли инвестиции, которую китайское правительство отводит вложениям в основные фонды в макроэкономической и региональной политике страны, например были созданы различные специальные экономические зоны, зоны свободной торговли; с другой стороны, в Китае дешевая рабочая сила с относительно высокими знаниями и навыками, что сокращает расходы на их обучение для иностранных инвесторов, это одно из привлекательных условий для них.

Экономическая глобализация XXI века не только способствует процессу всякого рода интеграции регионального и мирового масштабов, но и обостряет конкуренцию и конфронтацию между разными странами, в первую очередь крупными державами – игроками мирового рынка. Китай в

настоящее время считается третьей крупной страной по производству энергоресурсов и второй по объемам их потребления. Еще с 1993 г. он переместился из первой группы поставщиков нефти во вторую, став нетто-импортером, спустя 10 лет, в 2003 г., занял второе место по импорту нефти. В Китае нефть популярна другим своим названием – «кровью промышленности», значение само собой подразумевается. Как только возникнет нефтяной кризис, экономика страны будет подвержена кризису, включающему в себя существенное повышение себестоимости производства и даже уровня инфляции.

Изучая энергетическую проблему, нельзя не затрагивать тему экологии. Совершенно без преувеличения и правдиво излагается, что нынешнее состояние и развитие энергетики представляет одну из наиболее «трудноразрешимых дилемм устойчивого развития» [9]. Внимание уделяется структуре энергопотребления в США, Японии, Германии и Китае.

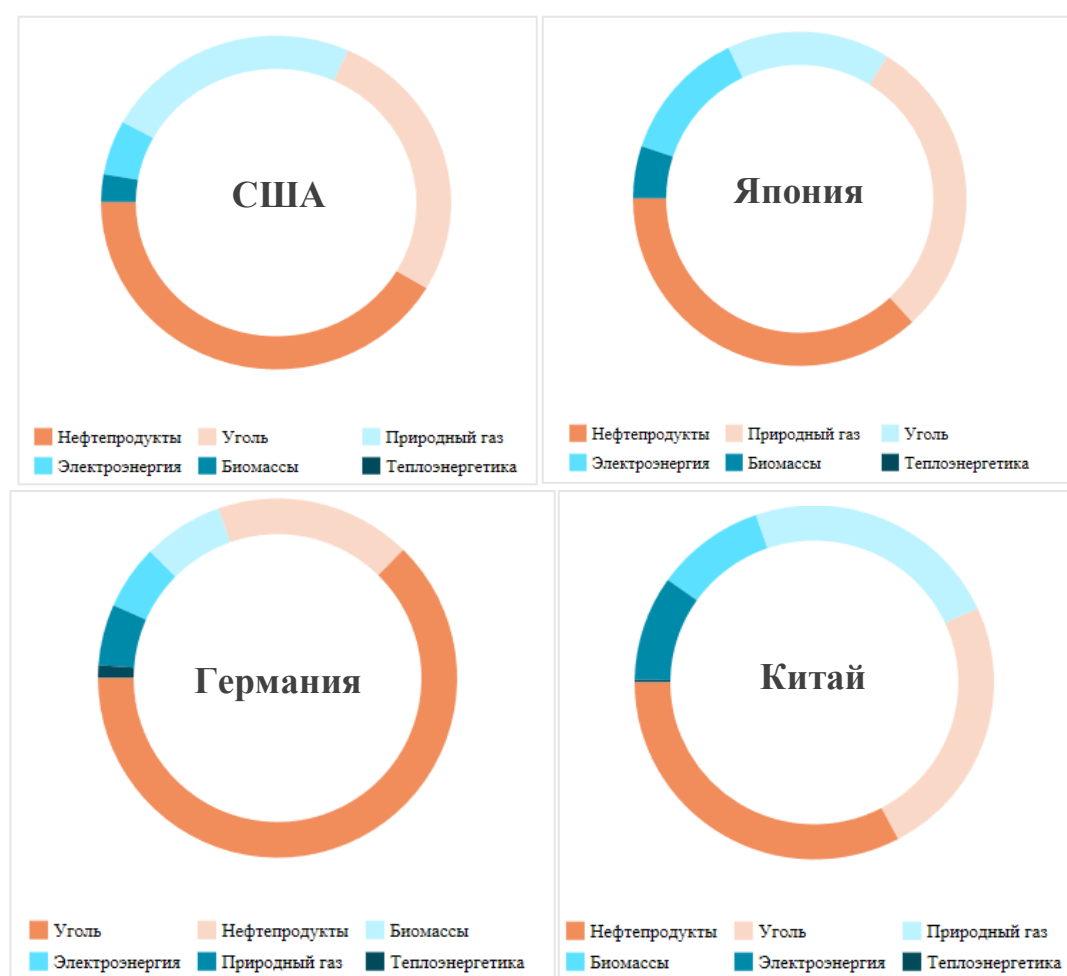


Рис. 3. Структура энергопотребления в США, Японии, Германии и Китае за 2016 г.

Источник: Разбивка по типу энергии (2016) на сайте Enerdata. URL: <https://yearbook.enerdata.ru/total-energy/world-consumption-statistics.html>

Итак, энергетика Китая главным образом предопределяется, во-первых, бурным экономическим ростом, что ставит страну в большую зависимость

от импорта энергоресурсов. По данным статистики Государственного комитета по делам развития и реформы Китая, более 50% нефти и 30% природного газа, расходуемые Китаем в 2016 г., зависят от импорта, что означает серьезный дисбаланс между потреблением и производством.

Во-вторых, доминирует доля угля в энергоструктуре. В 2016 г., составив 63% от общего количества потребления, уголь продолжает укреплять свою позицию. Однако доля потребления данного вида ресурсов в мире и в главных развитых странах составляет лишь около 28–33%, структура энергопотребления с большим удельным весом угля определяет преимущественное развитие угольной промышленности в Китае, что влечет за собой повышенное потребление угля и, соответственно, высокий уровень загрязнения окружающей среды.

В XXI веке невозможно представить практически ни одну сферу деятельности без средств вычислительной техники и телекоммуникаций. Коренным образом изменились окружающие среды развития государства и любого предприятия, вместе с тем ведущее значение информации и информационных технологии трактуется на уровне государства и отдельного предприятия. Для государства, безусловно, это преимущество в разработке стратегии против конкурентов и противников, подобно тому, как было выражено в «Искусстве войны» – воевать без оружия, побеждать без боя. Мудрость заключается в том, что государствам необходимо овладеть первенством в любой форме борьбы со своими противниками. При этом и появилась новая тема по информационной безопасности.

Как правило, под понятием «информационная безопасность государства» понимается состояние сохранности информационных ресурсов государства и защита законных прав личности и общества в информационной сфере.

Недостаточность обеспечения собственной информационной безопасности Китая. Суть заключается в неполной способности самостоятельно генерировать собственные разработки и создавать новые передовые технологии. Безопасность информационных систем страны находится лишь на начальной стадии развития и уязвима перед технологиями ведущих мировых держав. Доказательством является тот факт, что, несмотря на стремительно развивающиеся в последние годы китайские компании Huawei и ZTE, занимающие ведущую позицию в развитии информационной технологии, из-за низкого уровня собственной ключевой технологии перед санкцией американской администрации лишь терпят поражение, в результате чего даже ожидается сокращение доли на рынке.

Согласно списку рейтинга кибермогущества (Cyber Power Index), опубликованному в 2012 г. для стран G20 и отражающему способность стран противостоять кибератакам и развертывать инфраструктуру, необходимую для продуктивной и безопасной экономики, Китай занимает лишь 13-е место [10].

В условиях современной экономической глобализации наряду с информационной безопасностью безопасность человеческого капитала является действительно новой серьезной проблемой. Это связано в первую

очередь с тем, что человеческий капитал становится одним из главных рычагов роста экономики и установления на международной арене преимущества экономического процветания государства в глобальном пространстве. Ускорение научно-технического прогресса требует существенного повышения качества работника, значимости исследований в соответствующей сфере и вложений в нее.

Китай долгие годы борется с утечкой мозгов. Приблизительно более 70% китайских студентов, получающих образование за рубежом, не возвращаются в Китай. По оценкам, из миллиона выпускников университетов Китая, получавших вторую ступень высшего образования за рубежом с 1978 г., назад вернулись только 275 тыс. [11]. Также сам процесс утечки мозгов в Китае носит скрытый характер. Если с 1978 по 2010 г. китайские студенты, экономисты и ученые уезжали в США и Европу, то в последние годы немало специалистов, живущих в Китае, и студентов, вернувшихся из США и Европы, работают в иностранных компаниях из-за повышенной заработной платы и других трудовых условий.

Также отмечается ряд важных недостатков китайской системы образования, самым главным из них, как правило, считается неинновационный подход к воспитанию учеников и студентов. Образовательная политика Китая предъявляет жесткие требования к теоретическим знаниям школьников, тем самым игнорирует, уничтожает их способность вольного и творческого мышления.

Экономическая кооперация Китая в условиях глобализации. Принимая эту стратегию, китайское правительство заключает и реализует различные виды соглашений экономического сотрудничества с другими странами для устранения внешних и внутренних угроз. Рыночные преобразования в КНР укрепили интеграционные экономические связи с другими государствами, с национальными хозяйствами экономически развитых и развивающихся стран, превратив ее в часть мирового хозяйства [12].

С точки зрения функционирования государственных органов в стране была предложена и реализована мера по усилению финансового контроля и улучшению системы управления кризисом, предназначенная для уменьшения негативного влияния кризиса. Например, антикризисные меры правительства Китайской Народной Республики и Народного банка Китая. Кризис инициировал в Китае активизацию ряда процессов, направленных на преодоление негативных тенденций в развитии национального хозяйства. Реакцией государственного и политического руководства КНР на мировой финансово-экономический кризис стало принятие антикризисной стратегии и ускоренное развертывание антикризисной программы действий [13].

Несомненно, самым главным подходом к обеспечению экономической безопасности является постоянное устойчивое развитие экономики, которое способствует повышению конкурентной позиции на мировом рынке. В этом плане основная политика была направлена на реформу и преобразование экономики, изменение структуры промышленности и хозяйствования. Исключительно важно для Китая стимулировать инновацию и творчество,

чтобы превратить Made in China в Created or designed in China. Кроме этого, с точки макро- и микроэкономики правительство должно стимулировать внутреннюю потребность населения. В данный момент в Китае роль инвестиций в развитии экономики важнее роли спроса, и это весьма нерационально.

С точки безопасности энергетических ресурсов, во-первых, необходим способ инвестирования и финансирования для поддержки исследования, обновления и развития энергетической технологии, в то же время снижения затрат и повышения эффективности использования ресурсов. Во-вторых, следует развивать новые нетрадиционные ресурсы, а также расширять сотрудничество со странами – производителями ресурсов, с международной организацией в секторе энергии, чтобы диверсифицировать путь получения этих стратегических ресурсов [14].

Всемерно развивать информационные технологии, повышать уровень и эффективность управления, создать собственные информационные технологии, овладеть своей «фишкой» в этой сфере для защиты от угроз весьма важно для страны.

Для поддержания экономической безопасности необходимо активизировать действия по всем направлениям экономических реформ, включая: разработку механизма разрешения спорных вопросов и конфликтных ситуаций, возникающих в сфере экономических отношений между федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Китая; укрепление государственной власти, повышение доверия к ее институтам, а также рационализацию механизмов выработки и формирования экономической политики.

Показателями стратегий обеспечения экономической безопасности Китая могут стать, в частности: внешнеторговый товарооборот; объем иностранных инвестиций, структура золотовалютных резервов, взаимное использование сырьевых, трудовых, энергетических, продовольственных и валютных ресурсов, участие в международной организации, создание региональной и международной организации и т. д.

Выводы. Экономическая безопасность – это состояние защищенности экономики от внутренних и внешних угроз. Целью изучения экономической безопасности является формирование самоорганизующейся системы экономической безопасности Китая на основе инвариантно-вариативного подхода теории гармоничного развития систем [15] и обеспечение устойчивого экономического развития страны в интересах удовлетворения социальных и экономических потребностей граждан при оптимальных затратах труда и разумном использовании природных ресурсов. Государство должно осуществить комплекс мер, прежде всего, по обеспечению экономического роста, что и будет гарантией экономической безопасности страны. Эти меры должны охватить все сферы экономики. В число этих мер входят осуществление активной структурной и социальной политики, усиление активности государства в инвестиционной,

финансовой, кредитно-денежной и внешнеэкономической сфере, продолжение институциональных преобразований.

При этом социальная политика должна содействовать консолидации общества на условиях устойчивого экономического положения граждан, повышения их уровня жизни. Определенный позитивный сдвиг, наблюдавшийся в росте среднемесячных денежных доходов населения в течение последнего времени, имел место на фоне значительных задержек денежных выплат, усиления дифференциации в доходах различных социально-демографических групп.

Следует заметить, что важнейшим элементом механизма обеспечения экономической безопасности общества является деятельность государства по выявлению и оперативному предупреждению внутренних и внешних угроз безопасности экономики, особенно при современном социально-политическом положении Китая.

Говоря о проблемах обеспечения экономической безопасности государства, директор Китайского института международных стратегических исследований отмечает необходимость, придерживаясь принципов, «обеспечить рост, расширить внутренний спрос, оптимизировать структуру», противостоять возможным финансовым кризисам глобального характера, обмениваясь мнениями с другими странами, совместно переживая трудные периоды и укрепляя возможное международное сотрудничество. Китай выступает за изменение нерационального международного финансового порядка путем совместных консультаций. При этом процесс должен быть постепенным, и поспешность не нужна, потому что она может привести к плачевным последствиям, которые могли бы сказаться на экономиках разных государств, включая Китай. Большое значение придается разработке политики, которая будет способствовать улучшению экономической ситуации Китая и укреплению международного торгово-экономического сотрудничества.

Перспективы роста экономической безопасности Китая существенно возрастают в условиях реализации Соглашения «Базель-3», вступившей в силу 29.03.2019, согласно которой золото становится полноценным и приоритетным инструментом, т. е. страны, обладающие значительным золотым запасом, с вступлением в силу этого Соглашения одномоментно увеличили свои резервы вдвое (согласно «Базель-2», золото оценивалось в 50% от стоимости в долларовом эквиваленте). Данное событие формирует дополнительные условия для эмиссии «золотого юаня» как альтернативного денежного эквивалента и инварианта системы [16] мировой экономики будущего.

Опыт Китая может изучаться и использоваться в других странах, нацеленных на обеспечение экономической безопасности как инварианта стратегии формирования социально-экономической системы государства на принципах самоорганизации и самогармонизации.

Список использованных источников:

1. Гордиенко Д.В. Влияние мирового финансово-экономического кризиса на изменение уровня экономической безопасности России. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2010. № 35(92). С. 46–68.
2. Феофилова Т.Ю. Экономическая безопасность в обеспечении развития социально-экономической системы региона: теория и методология ; Санкт-петербургский государственный торгово-экономический университет. Санкт-Петербург, 2014. С. 80.
3. Никитенко П.Г., Булавко В.Г. Экономическая безопасность: теория, методология, практика ; Институт экономики НАН Беларуси. Минск : Право и экономика, 2009. С. 14–15.
4. Никитенко П.Г., Булавко В.Г. Экономическая безопасность: теория, методология, практика ; Институт экономики НАН Беларуси. Минск : Право и экономика, 2009. С. 109.
5. Грачева Т. Невидимая Хазария: алгоритмы геополитики и стратегии тайных войн мировой закулисы. Рязань : Зерна-Слово, 2011. 400 с.
6. Программу развития финансовой системы, доступной для всех групп населения, 2016–2020. URL: http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-01/15/content_10602.htm.
7. Михеев В.В. Китай и глобализация: взгляд из Москвы и Пекина / отв. ред. В.Г. Швыдко. Москва : ИМЭМО РАН, 2013. С. 12.
8. Львова Е.К. Территориальная структура инвестиций как фактор экономического развития КНР : дис. Москва : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011. С. 9.
9. Василевич Т.А. Энергетическая безопасность и проблема ее международно-правового обеспечения. *Актуальные проблемы российского права*. 2008. № 1(6).
10. Рейтинг кибермогущества. URL: <http://www.d-russia.ru/ratings>.
11. 10 Countries Facing the Biggest Brain Drain. URL: <https://www.onlineuniversities.com/blog/2011/07/10-countries-facing-the-biggest-brain-drain/>.
12. Гордиенко Д.В. Обеспечение экономической безопасности Китая в условиях глобализации. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2013. № 29 (218). С. 51.
13. Гордиенко Д.В. Влияние мирового финансово-экономического кризиса на изменение уровня экономической безопасности Китая. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2010. № 34(91). С. 14–16.
14. Yang Ze-wei. China Energy Security Status and Strategic Choice. *People's Forum*. 2009. № 30.
15. Сороко Э.М. Золотые сечения, процессы самоорганизации и эволюции систем. *Введение в общую теорию гармонии систем* : монография ; 4-е изд. Москва : Либроком, 2012. 264 с.
16. Егорова-Гудкова Т.И., Ли Пань. Самоорганизация экономической системы государства: философские и метрические основания. *Интеллектуальная культура Беларуси: методологический капитал философии и контуры трансдисциплинарного синтеза знания* : материалы Третьей междунар. науч. конф., г. Минск, 15–16 ноября 2018 г. : в 3-х т. Т. 1. Минск: Четыре четверти, 2018. 310 с.

Стрижак О.О.
кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

ЯКІСТЬ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА НЕЕФЕКТИВНІ ІНСТИТУТИ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ВЗАЄМОЗУМОВЛЕНІСТЬ

Анотація

Досліджено сутність та складники інституціонального середовища, яке розглядається як сукупність формальних та неформальних інститутів у їх взаємозв'язку. Проаналізовано наукові підходи до змісту інституціонального середовища. Обґрунтовано необхідність оцінки якості інституціонального середовища на основі використання системи міжнародних рейтингів, за якими можна визначити позицію країни в певній сфері порівняно з іншими. Аргументовано, що за умов неефективних формальних інститутів їм на заміну приходять неформальні норми, які можуть бути ефективними на локальному рівні, але неефективними для суспільства у цілому, оскільки створюють негативні екстерналії. Неспроможність держави замінити неефективні формальні норми протягом тривалого часу більш ефективними призводить до перетворення неефективних неформальних норм на інституціональні пастки. Результатом дослідження є узагальнення та розвиток теоретичних підходів до визначення сутності інституціонального середовища. З позицій співставлення локальної та суспільної ефективності в роботі визначено парадокси та причини стійкості неефективних інститутів.

Вступ. Будь-яка діяльність, у тому числі економічна, здійснюється у певному середовищі. З позицій регулювання та обмеження цієї діяльності таке середовище є інституціональним, бо складається із сукупності інститутів, як формальних, так і неформальних. За Д. Нормом інститути – це правила гри, форми взаємодії, які керують і стримують відносини індивідів. Інститути включають формальні правила, писані закони, формальні соціальні конвенції та неформальні норми поведінки. Інститути також повинні включати засоби, за допомогою яких правила і норми отримують свою практичну реалізацію. Ми звертаємо увагу на інститути і відзначаємо, що одні й ті ж інститути по-різному працюють у різних контекстах [1, с. 249]. При цьому, як наголошує Л. Полищук, інститути, що забезпечують стійке зростання в одних країнах, не дають бажаних результатів в інших, що зазвичай пояснюється «невідповідністю» (bad fit) інститутів місцевим умовам і можливою неоднозначністю результату інституційних реформ [2, с. 28]. Отже, для забезпечення ефективності інституціональної системи значення має не тільки якість якогось окремого інституту, а й особливості функціонування інститутів у їх взаємозв'язку.

Актуальність вивчення інституціонального середовища зумовлена, в першу чергу, тим, що воно не тільки задає стимули економічній діяльності, а й може робити її як більш, так і менш ефективною. Таким чином, сукупність інститутів, що діють у суспільстві, може як позитивно впливати на функціонування економічних суб'єктів, так і обмежувати чи взагалі робити його недоцільним. Саме тому в сучасних умовах особливого значення набувають питання дослідження сутності, складників та можливостей впливу інституціонального середовища на ефективність економічної діяльності, що є метою даного дослідження.

1. Підходи до дослідження складників інституціонального середовища та взаємозв'язків між ними

Інституціональне середовище складається із сукупності формальних та неформальних інститутів. Дж. Вінієцкі ототожнює формальні правила та інститути: «Я визначаю інститути як спонтанні або розроблені людьми механізми, які оформлюють повторювані людські взаємодії. Формальні інститути, або формальні правила (як їх частіше називають), – це конституції, кодекси, статути, а також інші законодавчі акти» [3, с. 3]. За твердженням С. Пейовича, формальні правила включають конституції, статути, загальні закони та інші урядові регулятори. Вони визначають політичну систему (ієрархічну структуру, повноваження щодо прийняття рішень, прав особистості); економічну систему (права власності, свобода договору, відкритий вихід на всі ринки); систему захисту (судова система, поліція, військові) [4]. Неформальні інститути у трактуванні П.С. Лемещенко – це неписані, загальноприйняті в суспільстві правила і норми, які створюються, закріплюються та використовуються переважно поза офіційними каналами [5, с. 14]. Основні наукові підходи до визначення сутності інституціонального середовища представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Наукові підходи до визначення сутності інституціонального середовища

Автор, рік	Визначення
Г.В. Перепелиця, 2006	Певна форма організації відносин, сукупність формальних і неформальних рамок поведінки учасників економічних процесів, а також способів закріплення даних взаємодій і контролю над їх виконанням [6, с. 10].
А.Н. Олійник, 2007	Сукупність цінностей, формальних і неформальних норм, які впливають на співвідношення стимулів у діяльності й зумовлюють досягнення мінімальної згоди між людьми [7, с. 401].
Р.І. Капелюшніков, 1998	Фундаментальні політичні, соціальні та юридичні правила, у рамках яких протікають процеси виробництва та обміну [8].
В.І. Кушлін, 2004	Система права, моралі, етики та відповідних їм несуперечливих формальних і неформальних інститутів... У вузькому сенсі слова – це сукупність інстинктів, «правил гри», тобто правила, норми і санкції, що утворюють політичні, соціальні та юридичні рамки взаємодій між людьми [9, с. 212].

О.О. Мороз, 2006	Сукупність інституцій та зумовлених ними інститутів, які реально мають місце і визначають характер суспільного життя, перш за все у його соціально-економічних проявах [10, с. 114].
А.В. Горшков, 2006	Сукупність базисних і надбудовних інститутів, які формують правила поведінки та взаємодії економічних суб'єктів й умови суспільного відтворення, визначаючи тим самим ефективність використання економічних ресурсів [11, с. 10].
О.Б. Дігіліна, 2008	Сукупність функціонуючих інститутів: економічних (власність, ціноутворення, конкуренція); інститутів соціального оточення (особливості взаємодії влади і суспільства, начальника і підлеглого, ставлення до праці, особливості управління, неформальних відносин і т. д.) і духовного оточення (особливості національного характеру, моральність, духовність, патріотизм і т. д.) [12].
В.В. Вольчик, 2009	Включає переважно неформальні інститути, які відіграють не менш важливу роль у створенні необхідних економічним агентам регулярностей [13, с. 36].
С. Яроміч, 2011	Визначений упорядкований набір інститутів, що визначають обмеження для економічних суб'єктів, які формуються в межах тієї чи іншої системи координації господарської діяльності [14, с. 35].
М.В. Кондратов, 2013	Сукупність соціально-економічних, організаційно-економічних, техніко-економічних і інституційно-економічних відносин із приводу формування та реалізації інститутів, метою яких є ефективність розвитку економіки [15, с. 1909].
О.Г. Чубарь, 2013	Сукупність найважливіших фундаментальних соціальних, правових, політичних, економічних, культурних, морально-етичних правил і норм (інститутів), що визначають поведінку та взаємовідносини у суспільстві, у тому числі між суб'єктами господарювання та державою, й повинні бути спрямовані на підвищення ефективності економіки та якості життя населення [16, с. 100].
А. Ткач, 2015	Сукупність основоположних соціальних, політичних, юридичних та економічних правил, які визначають рамки людської поведінки [17, с. 40].

На нашу думку, аналіз інституціонального середовища повинен включати не тільки розгляд формальних та неформальних інститутів, які його формують, а й оцінку можливостей їх взаємовпливу та взаємозв'язків.

Дослідженню інституціонального середовища стосовно певних сфер та сфер діяльності присвячено праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, за визначенням А.А. Єгорової, інституціональне середовище інноваційної економіки – це умови існування й діяльності суспільної економічної системи у цілому та її інститутів, які мають вирішальний вплив на формування суспільних відносин із приводу інновацій [18, с. 11]. А.М. Петров інституціональне середовище інноваційної економіки характеризує як комплекс інститутів (правових, політичних, економічних, фінансових, організаційних, освітніх та ін.), які встановлюють умови для здійснення ефективної інноваційної діяльності та комплексної підтримки її суб'єктів, а також

забезпечують інноваційні процеси в усіх сферах життєдіяльності [19, с. 253]. Отже, інституціональне середовище інноваційної діяльності формує відносини щодо створення та впровадження інновацій, фінансове – щодо забезпечення функціонування фінансового сектору економіки. На думку Ю.М. Коваленка, інституціональне середовище фінансового сектору економіки являє собою сукупність політичних (юридичних) та економічних правил, неформальних (традиційних) норм, що формують умови для фінансової діяльності, структурують її й є фундаментальною передумовою перетворень у фінансовому секторі [20, с. 93–94].

Стосовно аграрної сфери Н.А. Карасьова зазначає, що інституціональне середовище – це система інститутів та спричинених ними інституцій, яка утворює особливі рамки, матрицю розвитку для формування організованого ринку, підвищення ефективності діяльності суб'єктів агробізнесу та забезпечення конкурентної стійкості національних товаровиробників на міжнародних ринках. Інституціональне середовище визначає напрями і швидкість інституціональних змін, тому його можна вважати головною умовою та чинником розвитку як аграрного сектору в цілому, так і експортоорієнтованого виробництва зокрема [21, с. 66]. На думку Ю.В. Райти, інституціональне середовище підприємницької діяльності – це сукупність формальних і неформальних інститутів, що формують умови для підприємницької діяльності, структурують її й є фундаментальною передумовою ринкових перетворень [22, с. 5]. Вивчаючи особливості розвитку інституціонального середовища регіону, Т.А. Ігнатов під інституціональним середовищем розвитку регіональних і місцевих економічних систем розуміє стійкі економічні та соціальні зв'язки між людьми, норми й правила, на основі яких формуються економічні та соціальні відносини в регіонах і реалізується той чи інший спосіб господарювання. Інституційне середовище сприяє зниженню управлінських ризиків, зниженню трансакційних витрат і збільшує сукупний дохід регіону [23]. Отже, інституціональне середовище в будь-якій сфері – це сукупність норм та правил, які є базисом для здійснення діяльності суб'єктів господарювання, створюючи її умови та задаючи відповідні обмеження.

Від якості інституціонального середовища певним чином залежить результат діяльності, яка в ньому здійснюється. Інституціональне середовище формує як обмеження взаємодії, так і задає для неї визначені стимули. Відповідно, сприятливе інституціональне середовище збільшує ефективність діяльності економічних агентів, несприятливе, навпаки, – зменшує.

2. Можливості оцінки якості інституціонального середовища

Розроблення науково-практичних та теоретичних рекомендацій щодо поліпшення якості інституціонального середовища вимагає необхідності його оцінювання.

Всі підходи до оцінки якості інституціонального середовища можна розподілити на три основні групи:

1) кількісні – кількісні оцінки ефективності діяльності інститутів, що виражаються у визначенні чисельності регулюючих органів, а також прийнятих законодавчо-нормативних актів (застосовуються для оцінки діючих формальних інститутів);

2) якісні – підходи, які засновані на суб'єктивній оцінці діяльності інститутів як спеціалістів та фахівців (експертні оцінки), так і громадян та підприємців (статистичні опитування);

3) непрямі – макроекономічні показники, які відображають результати діяльності існуючих інститутів (темпи економічного зростання, рівень ВВП, ВНД, рівень заробітної плати, інфляції та ін.).

Певним поєднанням вищенаведених підходів є система міжнародних рейтингів, які базуються на використанні як кількісних, так і якісних показників. Окремі рейтинги міжнародних неурядових організацій та місце в них України представлено в табл. 2.

Таблиця 2

**Окремі рейтинги міжнародних неурядових організацій
та місце в них України**

Індикатори	Організація	Місце України у рейтингу / кількість країн, що беруть участь в обстеженні, рік останнього звіту	Найближчі сусіди за рейтингом
1	2	3	4
Індекс розвитку людського потенціалу (Human Development Index, HDI)	ПРООН United Nations Development Programme (UNDP)	88/189, 2018	Еквадор, Перу
Індекс розвитку електронної держави (E-Government Development Index, EGDI)	Організація Об'єднаних Націй (United Nations)	82/193, 2018	Узбекистан, Сейшельські Острови
Світові індикатори державного управління (The Worldwide Governance Indicators, WGI)	Світовий банк (The World Bank)	214, 2017	Загальний підсумковий рейтинг не складається
Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index, GCI)	Всесвітній економічний форум (The World Economic Forum)	83/140, 2018	Домініканська Республіка, Македонія
Індекс залученості в світову торгівлю (The Enabling Trade Index, ETI)	Всесвітній економічний форум (The World Economic Forum)	95/136, 2016 (2015)	Аргентина, Сенегал
Ведення бізнесу (Doing Business, DB)	Світовий банк (The World Bank)	71/190, 2019 (2018)	Киргизія, Греція
Індекс розвитку ІКТ (ICT Development Index, IDI)	Міжнародний союз електрозв'язку (International Telecommunication Union, ITU)	79/176, 2017 (2016)	Таїланд, Китай

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
Індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index, CPI)	Міжнародна неурядова організація Трансперенсі Інтернешнл (Transparency International)	120/180, 2018	Ліберія, Малаві, Малі
Індекс свободи преси (Freedom of the Press Index, FPI)	Неурядова організація Дім Свободи (Freedom House)	113/196, 2017	Мавританія Сьєрра-Леоне
Всесвітній індекс свободи преси (World Press Freedom Index, WPFI)	Міжнародна неурядова організація Репортери без кордонів (Reporters without Borders)	102/180, 2019 (2018)	Ліван, Мозамбік
Індекс економічної свободи в світі (Economic Freedom of the World Index, EFWI)	Інститут Фрейзера (The Fraser Institute)	134/162, 2018	Бенін, Мавританія
Індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom, IEF)	«Фонд спадщина» (The Heritage Foundation) спільно з газетою The Wall Street Journal	147/180, 2018 (2019)	Гамбія, Аргентина
Індекс демократії (Democracy Index, DI)	Аналітичний підрозділ журналу Economist (Economist Intelligence Unit)	84/167, 2018	Болівія, Гондурас
Індекс глобалізації (KOF Index of Globalization, KIG)	Швейцарський економічний інститут (KOF Swiss Economic Institute)	45/193, 2017	Таїланд, Сербія
Рейтинг недієздатності держав (Fragile States Index, FSI)	Американський Фонд Миру (The Fund for Peace) журнал Foreign Policy	87/178, 2018	Туркменістан, Габон

Як видно з табл. 2, у жодному рейтингу Україна не входить до топ-20 держав з ефективними інститутами. Найближчими сусідами України за рейтингами є переважно країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою. Слід зазначити, що перші місця у цих рейтингах займають розвинені країни з високим рівнем доходу, що дає підстави для ствердження про взаємозалежність та взаємовплив рівня економічного розвитку та якості інститутів, які діють у суспільстві. Ці дані повністю відповідають висновкам Д. Норта, який довів, що існує стійка кореляція між політичним та економічним розвитком, високий дохід і розвинені політичні інститути тісно пов'язані. Якщо розглянути економічні показники більш детально, можна побачити схожу закономірність. Ліпсет проаналізував низку чинників («комплекс розвитку»), які ми пов'язуємо з моделлю відкритого доступу: дохід, освіту, урбанізацію, а також володіння автомобілем,

телефоном, радіо і підпискою на газети (він писав у 1950-х роках), і виявив сильну кореляцію між усіма цими показниками і демократією [1, с. 42]. Звідси можна зробити висновок про те, що демократичні режими сприяють збільшенню суспільного добробуту, підвищенню рівня та якості життя. Вчений наголошує на тому, що «зв'язок між доходом і розвитком найбільш яскраво виражений у країнах із найвищим рівнем доходів, які перейшли до порядків відкритого доступу» [1, с. 52].

Такі висновки актуалізують необхідність дослідження інституціонального середовища, забезпечення високої якості якого є необхідною передумовою економічного розвитку держави. Як відомо, інститути можна змінювати. Якщо для трансформації неформальних інститутів потрібен тривалий час, то формальні інститути можуть бути трансформовані шляхом декларативної зміни законодавчих норм. Однак це не означає, що оновлені інститути будуть позитивно сприйняті громадськістю та стануть частиною інституціонального середовища. Навпаки, вони можуть бути відторгнуті та замінені нехай не найпродуктивнішими, але більш зручними у використанні неформальними нормами. Тому для ефективної дії формального інституту він повинен принаймні не суперечити неформальним нормам, прийнятим у суспільстві.

3. Парадокси існування і стійкості неефективних інститутів

Використання та, відповідно, життестійкість того чи іншого інституту відбувається на основі співставлення очікуваних витрат та вигід. Ефективність дії інституту визначається розміром трансакційних витрат (у короткостроковому періоді) та спроможністю впливу на економічний розвиток (у довгостроковому). Якщо б норма була неефективною, то з позицій користувачів було б недоцільним її дотримуватися. Отже, якщо інститути неефективні, то чому вони продовжують використовуватися? Причина цього парадоксу полягає, перш за все, у визначенні самого поняття ефективності. Якщо інститут неефективний у цілому, це не означає, що він неефективний на рівні суб'єкта, який його використовує.

Із цього приводу А. Ковальов зазначає: «Ключове питання полягає у тому, чому й яким чином стійкими виявляються неефективні норми? Якщо норма (інститут) неефективна, то вона не може бути довговічною і має еволюційним шляхом замінитися на ефективну норму. Якщо ж вона довговічна і стійка, то це означає, що вона ефективна для даного інституціонального середовища» [24, с. 80]. Так, будучи неефективним для суспільства інститутом, корупція полегшує ведення бізнесу на локальному рівні та знижує трансакційні витрати й час, необхідний для проходження адміністративних процедур. Тобто корупція зменшує суспільні вигоди та водночас багатократно підвищує переваги її учасників, викликаючи тим самим негативні суспільні екстерналії, але збільшуючи переваги корупціонерів.

Корупція бере участь у виконанні функцій державного механізму в умовах його недосконалості і провалів, саме тому вона являє собою

загальне (на жаль) явище, притаманне різним епохам і типам соціального устрою [25, с. 822]. Корупція – неефективний інститут, що сприяє перерозподілу доходів і ресурсів на користь осіб або структур, що знаходяться при владі, тому учасники корупційних схем не зацікавлені у викорененні корупції, а, скоріше за все, підтримують її життєздатність. Корупція робить не вигідним слідування легальним нормам. Однак водночас корупція виступає механізмом підтримання сталого функціонування економічної системи за умов неефективних формальних інститутів.

Аналогічна ситуація виникає під час виведення коштів в офшори, що також значно перешкоджає чесній конкуренції та гальмує розвиток малого та середнього бізнесу, який не має фінансових та організаційних ресурсів, необхідних для створення офшорних компаній. Чи, наприклад, підприємство, яке ухиляється від сплати податків, тим самим скорочує свої витрати на ведення бізнесу та отримує порівняльні конкурентні переваги на ринку. Тотальне ухиляння від оподаткування ставить законслухняних платників податків у не вигідний стан та робить їх функціонування у довгостроковій перспективі менш рентабельним.

Так чому ж неефективні норми виявляються такими життєздатними? Відповідь на це питання надає О.В. Тарасов, який зазначає, що «закріплення неефективних норм, за В.М. Полтеровичем, відбувається в тому разі, якщо трансакційні витрати (витрати використання норми) зменшуються, а трансформаційні (витрати відмови від однієї норми і переходу до іншої норми), навпаки, збільшуються. На закріплення норм великий вплив мають три ефекти: ефект координації – масовість використання норми. Чим більше суб'єктів використовує норму, тим менше трансакційні і більше трансформаційні витрати; ефект сполучення, пов'язаний із взаємною залежністю норм, у тому числі неефективних, яка примножує витрати трансформації; ефект культурної інерції – небажання агентів змінювати стереотипи поведінки» [26, с. 29].

Слідуючи за В.М. Полтеровичем, неефективну стійку норму (неефективний інститут) будемо називати інституціональною пасткою [27, с. 6]. На основі аналізу та узагальнення літератури [28; 29] визначено основні причини існування інституціональних пасток (табл. 3).

Інституціональні пастки виникають, коли неефективні формальні норми гальмують розвиток, а інституціональна система не в змозі змінити формальні норми, принаймні в короткостроковому періоді, тому використовуються неформальні, які дають змогу забезпечити ефективність на мікрорівні, таким чином, забезпечуючи тимчасове підтримання гомеостазу системи. При цьому інституціональні пастки мають властивість щодо створення негативних екстерналій.

Основне протиріччя існування інституціональних пасток полягає у тому, що існують розбіжності між суспільними та особистими інтересами. Так, якщо держава корумпована, то суб'єкту більш вигідно брати участь у корупційних схемах, оскільки вони полегшують (чи взагалі роблять можливим) ведення бізнесу, тим самим знижуючи рівень локальних

трансакційних витрат. Згодом тотальна корумпованість бізнес-структур витісняє з ринку фірми, які діють цілком легально, тобто тих суб'єктів, які безпосередньо не беруть участь у корупційних схемах, у результаті на заміну ефективним ринковим інститутам приходять інституціональні пастки.

Таблиця 3

Причини існування інституціональних пасток

№ за/п	Причина	Прояв ефекту
1	Ефект зростаючої віддачі	Панування неефективного інституту пов'язане з дотриманням його занадто великою кількістю гравців
2	Ефект залежності від навчання	Надмірні витрати на навчання під час переходу до використання більш ефективного інституту
3	Ефект координації	Пряма залежність ефективності слідування нормі від тієї кількості людей, які також роблять це
4	Складність переходу на нове правило	«Породження» мережі похідних норм і правил, які роблять «відхилення» від існуючого зразка більш складним
4	Культура дотримання інститутів	Зміна поведінки під впливом інститутів, яка в кінцевому підсумку впливає на подальший вибір інститутів
5	<i>Self-reinforcement</i>	Збільшення ймовірності вибору діючої норми в наступному періоді внаслідок адаптації параметрів економіки під діючу норму
6	Ефект можливого блокування	Наявність вето-гравців (суб'єктів політичного процесу – veto player) або воріт вето (елементів прийняття рішень, що вимагають узгодження позицій гравців – veto gate), здатних заблокувати прийняття рішень
7	Можливість отримання перехідної ренти	Дохід, що виникає в приватному секторі в результаті руху до рівноваги після лібералізаційних реформ
8	Передбачені законом або звичаєм санкції за відступлення від норм	Наявність високих трансакційних витрат відхилення від діючої норми і переходу на нову
9	Культурна інерція	Небажання змінювати стереотипи минулого
10	Ефект сполучення	Ланцюг змін, оскільки норма пов'язана з іншими, повторні трансформації сприяють закріпленню норми

Якщо порівняти рейтинги країн за основними індексами з індексом корупції, то можна виявити закономірність: країни з низькою якістю інституціонального середовища мають високий індекс корупції (табл. 4).

Таблиця 4

Місце найбільш корумпованих країн за індексом сприйняття корупції (CPI) в системі глобальних індексів, 2018 р.

CPI/ 180	Країна	HDI/ 189	EGDI/ 193	GCI/ 140	DB/ 190	WPFI/ 180	EFWI/ 162	IEF/ 180	DI/ 167	FSI/ 178
180	Сомалі	н/д	193	н/д	190	164	н/д	н/д	н/д	2
178	Сирія	155	н/д	н/д	174	174	157	н/д	166	4
178	Південний Судан	187	191	н/д	187	139	н/д	н/д	н/д	1
176	Північна Корея	н/д	н/д	н/д	н/д	179	н/д	180	167	28
176	Ємен	178	186	139	186	168	117	н/д	158	3
172	Гвінея-Бісау	177	187	н/д	176	107	154	135	157	16
172	Екваторіальна Гвінея	141	181	126	173	165	137	120	161	13
172	Судан	167	180	н/д	170	175	153	166	155	7
172	Афганістан	168	177	н/д	183	121	н/д	152	143	9
170	Бурунді	185	166	н/д	164	159	138	162	153	18
170	Лівія	н/д	140	н/д	185	н/д	161	н/д	154	25

Таким чином, неефективне інституціональне середовище зумовлює виникнення інституціональних пасток, і навпаки. Це дає підстави для висновку про те, що за умов існування неефективних формальних норм завданням держави є їх перегляд, оновлення та заміна на більш ефективні, які відповідають вимогам часу та умовам сучасного ринкового середовища діяльності економічних суб'єктів.

Висновки. Велике значення для забезпечення ефективної діяльності економічних агентів мають як формальні, так і неформальні інститути, які в сукупності формують інституціональне середовище. Сприятливе інституціональне середовище може значно підвищувати результативність дій ринкових агентів та зменшувати трансакційні витрати економічної системи. Однак існують певні проблеми поліпшення якості інституціонального середовища, зокрема це можливість невідповідності умовам часу чи несприйняття декларативного впровадження формальних норм та їх заміна неформальними, часто неефективними з позицій суспільного добробуту, як то корупція, бартер, неплатежі тощо. Стійкість таких норм в умовах неефективних формальних інститутів призводить до виникнення інституціональних пасток, які, будучи вигідними певним прошаркам, витісняють ефективні інститути чи роблять їх використання не вигідним. Виступаючи в короткочасному періоді балансуючим елементом економічної системи й підтримуючи її в стані рівноваги, у довгостроковому періоді інституціональні пастки гальмують розвиток економіки та стають чинником погіршення соціального становища. Із цієї причини актуальними

завданнями держави є моніторинг та своєчасне оновлення формальних норм відповідно до умов господарювання, що швидко змінюються.

Список використаних джерел:

1. Норт Д., Уоллис Д., Вайнгайт Б. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / пер. с англ. Д. Узланера и др. Москва : Институт Гайдара, 2011. 480 с.
2. Полищук Л. Нецелевое использование институтов: причины и следствия. *Вопросы экономики*. 2008. № 8. С. 28–44.
3. Winiecki J. Determinants of catching up or falling behind: interaction of formal and informal institutions. *Successes and failures in real convergence. National Bank of Poland*. 2003. № 23–24. October. URL: <http://www.nbp.pl/konferencje/radisson/Mowcy/Winiecki/winiecki.pdf>.
4. Pejovich S. Capitalism and the rule of law: the case for common law. URL: <http://econfaculty.gmu.edu/pboettke/workshop/fall07/Pejovich.pdf>.
5. Лемещенко П.С., Сидорова А.М. Неформальные институты и рыночная реформа в Беларуси: эволюция, противоречия, стратегия : научное издание. Минск : Мисанта, 2013. 99 с.
6. Перепелица Г.В. Формирование институциональной среды в российской экономике : автореф. дис. ... канд. экон. наук. : спец. 08.00.01 ; Казан. финансово-эконом. ин. Казань, 2006. 21 с.
7. Институциональная экономика : учебник / под общ. ред. А. Олейника. Москва : Инфра-М, 2007. 704 с.
8. Капелюшников Р.И. Неоинституционализм. URL: <http://www.libertarium.ru/10621>
9. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / общ. ред. В.И. Кушлина, В.П. Чичканова. Москва : РАГС, 2004. 744 с.
10. Мороз О.О. Інституціональна система аграрної економіки України. Вінниця : Універсум-Вінниця, 2006. 438 с.
11. Горшков А.В., Силова Е.С. Качество институциональной среды как фактор экономического роста. *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2006. № 4(16). С. 9–16.
12. Дигилина О.Б., Тесленко И.Б. Институциональная среда и институциональные ограничения модернизации российского здравоохранения. *Социальные аспекты здоровья населения*. 2008. № 3(7). URL: <http://vestnik.mednet.ru/content/view/81/30>.
13. Вольчик В.В. Комплементарность и иерархия институтов в рамках хозяйственного порядка. *Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая*. 2009. Вып. 37–1. С. 35–41.
14. Яроміч С., Віденко О. Інституційне середовище взаємодії влади і бізнесу. *Ефективність державного управління*. 2011. Вип. 26. С. 34–40.
15. Кондратов М.В., Гарипов Р.И. Теоретические подходы к понятию «институциональная среда». *Фундаментальные исследования*. 2013. № 11–9. С. 1908–1911.
16. Чубарь О.Г. Інститути та інституціональне середовище: теоретичні узагальнення засад економічного розвитку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 3(40). С. 98–104.
17. Ткач А., Гжегож О. Институциональное проектирование образовательного пространства личности : монография. Мелитополь – Жешув, 2015. 112 с.
18. Егорова А.А. Институциональные аспекты формирования инновационного потенциала в современной экономике России. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. № 24(278). С. 9–14.
19. Петров А.М. Инновационное развитие экономики регионов России в современных условиях: институциональный аспект. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2014. № 4–1(60). С. 252–255.

20. Коваленко Ю.М. Сутність інституційного середовища фінансового сектору економіки. *Економічний вісник Донбасу*. 2011. № 1(23). С. 92–97.
21. Карасьова Н.А. Інституціональне середовище експортоорієнтованої діяльності аграрного сектору. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 12. Ч. 1. С. 64–67.
22. Райта Ю.В. Формування інституційного середовища підприємницької діяльності в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.01.01 «Економічна теорія». Львів, 2006. 24 с.
23. Игнатова Т.А. Институциональная среда в развитии конкурентоспособности региональной экономики. URL:<http://econom.nsc.ru/conf08/info/Doklad/Ignat2.doc>.
24. Ковалев А.В., Ковалева И.В. Проблема институциональных «ловушек» и теория институтов австрийской школы. *Журнал международного права и международных отношений*. 2008. № 2. С. 80–84. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/19073>.
25. Институциональная архитектура и динамика экономических преобразований / под ред. А.А. Гриценко. Харьков : Форт, 2008. 928 с.
26. Тарасов А.В. Институциональные ловушки воспроизводства финансовых ресурсов. *Вопросы экономики и права*. 2015. № 7. С. 29–33.
27. Полтерович В.М. Институциональные ловушки: есть ли выход? *Общественные науки и современность*. 2004. № 3. С. 5–16.
28. Либман А.М. Оптимальная зависимость от предшествующего развития. *Общественные науки и современность*. 2008. № 5. С. 5–17.
29. Петросян Д.С. Институциональные патологии национальной экономики. *Аудит и финансовый анализ*. 2007. С. 1–19.

Черкасова С.В.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів, кредиту та страхування
Львівського торговельно-економічного університету*

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ І ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ ЯК ІНСТИТУЦІЙНИХ ІНВЕСТОРІВ

Анотація

Розглянуто місце і роль компаній зі страхування життя в системі небанківських інституційних інвесторів в Україні. Відзначено високі темпи нагромадження інвестиційних активів цими видами фінансових інститутів в останні роки. Здійснено оцінювання інвестиційного потенціалу вітчизняних компаній зі страхування життя та визначено основні чинники, що зумовили його нагромадження. Зроблено висновок про особливо негативний вплив кризових явищ у суспільно-політичному житті країни на розвиток і поширення страхування життя в українському суспільстві. Зазначено, що за зростання обсягів інвестицій цих страхових компаній спостерігається спрощення їхніх інвестиційних стратегій. Основний обсяг фінансових інвестицій компаній зі страхування життя в сучасних умовах сконцентрований на розміщенні капіталу в державних облігаціях і в банках

на депозитних рахунках. Досліджено, що аналогічні тенденції в інвестиційних стратегіях є у цілому характерними і для банків, і для інших видів небанківських інституційних інвесторів. Обґрунтовано необхідність удосконалення інвестиційної діяльності компаній зі страхування життя для посилення їхнього впливу на процеси економічного зростання в країні та забезпечення більшої вагомості в системі небанківських інституційних інвесторів.

Вступ. Компанії зі страхування життя в розвинених країнах світу є класичними інституційними інвесторами, які виконують два важливих завдання – забезпечення соціального захисту громадян та постачання в економіку країни значних обсягів додаткових інвестиційних ресурсів. Водночас в Україні ці види фінансових інститутів поки що не стали вагомими постачальниками інвестиційних ресурсів для забезпечення розвитку економіки. Недостатньо активною є їхня роль у забезпеченні соціального захисту населення через механізми довгострокового накопичення та здійснення страхового захисту в кризових обставинах. Виходячи із зазначених аспектів, активний розвиток компаній зі страхування життя в Україні розглядається як важливий чинник, що здатен прискорити економічне зростання країни та суттєво посилити соціальну захищеність населення в сучасних умовах.

Питання вивчення особливостей діяльності компаній зі страхування життя в українських реаліях викладено в дослідженнях І. Алексєєва [1], Л. Бойко [5], О. Гаманкової [10], А. Криклія [19], Н. Ткаченко [29], В. Фурман [30] та ін. Проте питання діяльності компаній зі страхування життя як інституційних інвесторів національної економіки потребують подальшого ґрунтового дослідження.

Мета дослідження полягає в узагальненні теоретичних положень щодо сутності та особливостей діяльності компаній зі страхування життя як небанківських інституційних інвесторів, визначенні тенденцій формування та використання ними сформованого інвестиційного потенціалу та розробленні практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності їх інвестування.

Відповідно до поставленої мети, визначено завдання щодо оцінювання вагомості діяльності компаній зі страхування життя в системі небанківських інституційних інвесторів в Україні, визначення пріоритетів в їхніх інвестиційних стратегіях та розроблення рекомендацій, що забезпечать концентрацію інвестицій страховиків на більш важливих напрямках розвитку національної економіки.

1. Роль та значення діяльності компаній зі страхування життя як інституційних інвесторів національної економіки

Сучасний стан розвитку національної економіки підсилив системні проблеми у фінансовому забезпеченні економічного зростання, передусім зумовлені недостатнім обсягом фінансових ресурсів, які залучаються з

внутрішніх джерел, а орієнтація на зовнішні джерела капіталу загрожує втратою економічної незалежності держави, зниженням фінансово-економічної ефективності, шкодить національним і суспільним інтересам.

Системна криза в банківській системі України зменшила вагомість банківського кредитування як пріоритетного джерела фінансового забезпечення економічного зростання. Такий стан речей вимагає активізації та збільшення обсягів залучення на ці цілі інших джерел капіталу. Важливими постачальниками інвестиційних ресурсів в економіці ринкового типу є небанківські інституційні інвестори, у складі яких окреме місце належить компаніям зі страхування життя.

Діяльність інституційних інвесторів не лише забезпечує фінансування економічного зростання, а й сприяє розвитку ринкової інфраструктури, вдосконаленню механізмів надання фінансових послуг, посилює соціальний захист громадян, реалізує механізми соціально відповідального інвестування.

У сучасних умовах в Україні формується система небанківських інституційних інвесторів, яка, відповідно до практики розвинених країн, може скласти серйозну конкуренцію банківській системі в питаннях фінансування економічного розвитку та в процесах залучення інвестиційного капіталу. У складі цієї системи функціонують фінансові інститути, діяльність яких спрямована на залучення наявних у суспільстві заощаджень капіталу, їх нагромадження та спрямування в інвестиційну сферу економіки, зокрема це недержавні пенсійні фонди, лайфові і ризикові страхові компанії, інститути спільного інвестування у формі корпоративних та пайових інвестиційних фондів, інші фонди активів (рис. 1).

Макроекономічне значення діяльності інституційних інвесторів полягає у тому, що вони є ініціаторами залучення коштів індивідуальних інвесторів, забезпечують управління інвестиційними активами на професійній основі, знижують фінансові ризики, оптимізують інвестиційні витрати, що в кінцевому підсумку забезпечує активізацію процесів інвестування в країні.

Переваги діяльності інституційного інвестора порівняно з індивідуальним інвестуванням формуються за рахунок об'єднання залучених коштів в єдиний «пул», професійного управління сформованими інвестиційними активами, розподілу отриманого інвестиційного доходу між учасниками колективних інвестицій.

Страхові компанії забезпечують важливий внесок у формування інвестиційного потенціалу системи небанківського інституційного інвестування. Інвестиційні операції здійснюються страховими організаціями на постійній основі для формування та приросту страхових резервів, які є джерелом виплат страхових сум і страхового відшкодування. Накопичення страхових резервів забезпечується за рахунок залучення страхових премій, що сплачуються страхувальниками відповідно до укладених договорів страхування. Оскільки момент внесення страхових платежів і момент страхового відшкодування не збігаються в часі, страховики нагромаджують значні суми грошових коштів. Для забезпечення надійного збереження цих

коштів, захисту їх від інфляційного знецінення та примноження страхові резерви розміщуються у дозволених законодавством активах з урахуванням нормативів інвестування. Резерви зі страхування життя потребують особливо ретельного та обережного розміщення внаслідок того, що їх захист і примноження слід забезпечувати протягом тривалого періоду часу.

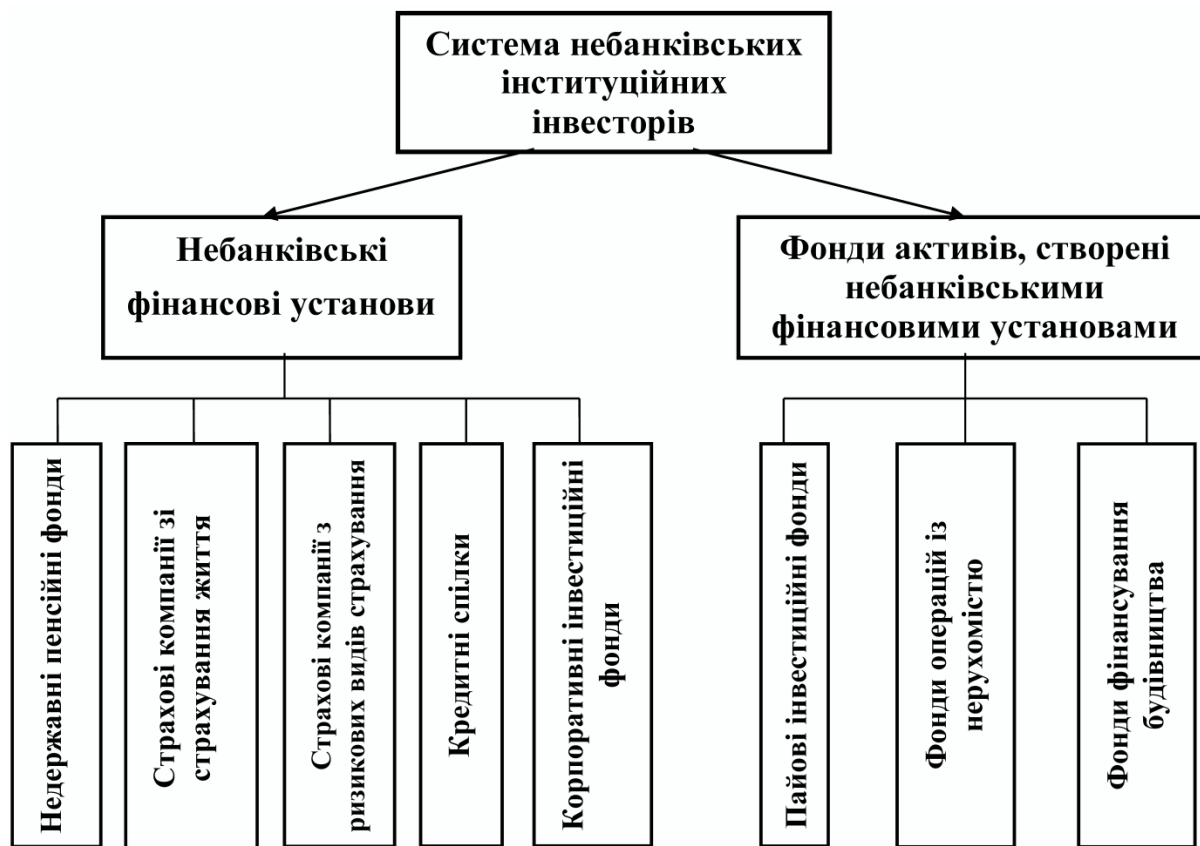


Рис. 1. Місце компаній зі страхування життя в системі небанківських інституційних інвесторів

Джерело: побудовано автором

Водночас компанії зі страхування життя мають ширші можливості в питаннях формування і реалізації довгострокових інвестиційних стратегій оскільки, страхуючи на випадок смерті, вони значною мірою можуть передбачити перспективи настання страхових випадків.

У системі небанківського інституційного інвестування лайфові страховики виконують не лише інвестиційну, а й заощаджувальну та убезпечувальну функції, реалізація яких дає змогу забезпечити фінансовий та соціальний захист населення (рис. 2). Ці фінансові установи мають право й надавати кредити застрахованим особам у межах нагромадженої суми, що підвищує ліквідність залучених заощаджень. Виходячи із цього, розвиток компаній зі страхування життя в Україні можна розглядати як важливу передумову зростання інвестиційного потенціалу країни та посилення фінансового й соціального захисту населення.

У західній науці існують підходи, за якими основною діяльністю, яка формує прибутковість страхової компанії, є інвестиційна. А безпосередньо

страхова діяльність розглядається як допоміжна, яка виступає основним джерелом нагромадження коштів із метою їх інвестування на розвиток економіки й отримання на цій основі доходів, що є достатніми для власного розвитку та реалізації страхових операцій. Відомі випадки, коли страхова компанія за результатами власне страхової діяльності була збитковою, проте за рахунок інвестиційної діяльності повністю перекривала ці збитки й одержувала прибуток [15, с. 116–117]. За результатами досліджень закордонних страхових ринків можна стверджувати, що дохід від інвестиційної діяльності у страхових компаній розвинених країн становить близько 20–30% їх сукупного доходу [26]. Для вітчизняних страховиків інвестиційна діяльність відіграє роль допоміжної діяльності (хоча й обов’язкової), що доповнює безпосередньо основну. Масштаби інвестування в діяльності вітчизняних страхових компаній визначаються обсягами залучених премій у процесі надання страхових послуг.

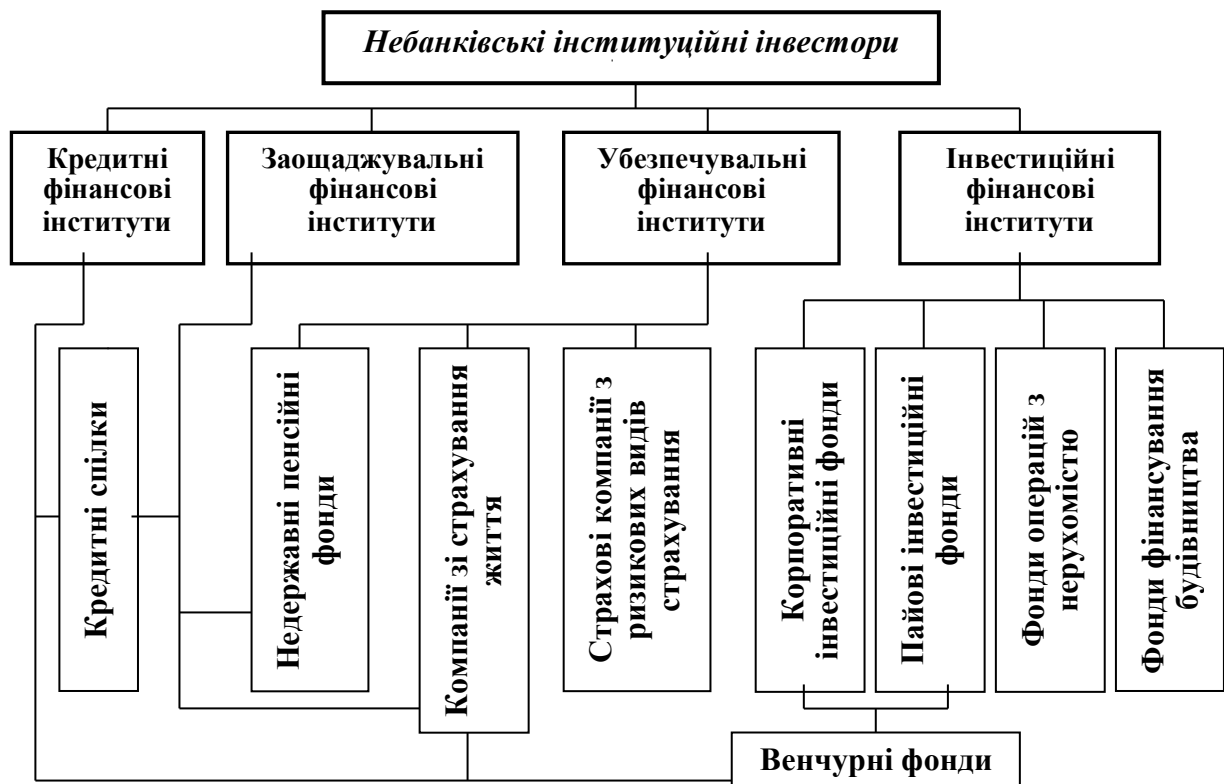


Рис. 2. Групи небанківських інституційних інвесторів за функціями
Джерело: складено за [31]

Особливості формування інвестиційних ресурсів страховими компаніями, на відміну від інших суб’єктів економіки, зумовлені специфікою процесів страхування, в яких, по-перше, отримання страхових платежів передують страховим виплатам, по-друге, страховий ризик є розподіленим у часі, тому протягом часу дії страхових договорів страховики тимчасово розпоряджаються коштами страхувальників, що накопичуються в страхових резервах. Проте інвестиційна діяльність страховиків є обов’язковим видом їхнього господарювання, що дає змогу розмістити страхові резерви,

зберегти й нагромадити кошти для здійснення майбутніх виплат за договорами страхування життя.

Нетривалий період функціонування компаній зі страхування життя в нашій країні зумовлює поки що незначне місце цих фінансових інститутів у системі небанківського інституційного інвестування. Ці інститути за обсягами нагромаджених інвестиційних активів суттєво поступаються венчурним інвестиційним фондам та компаніям із ризикових видів страхування (табл. 1).

Таблиця 1

Склад та структура інвестиційних активів небанківських інституційних інвесторів в Україні в 2013–2017 рр.

Показники	Роки					Темп зміни 2017/2013, %
	2013	2014	2015	2016	2017	
	У млн. грн.					
Активи НПФ	2089,8	2469,2	1980,0	2138,7	2465,6	18,0
Інвестиційні активи страхових компаній, у т. ч.	37914,0	40530,1	36418,8	35071,9	36084,6	- 4,8
інвестиційні активи компаній зі страхування життя	5966,6	8136,5	8144,2	9662,5	10103,1	69,3
сукупні чисті активи невенчурних фондів	8543,6	10366,7	9952,4	7668,9	8256,6	- 3,4
сукупні чисті активи венчурних фондів	149880,8	170038,1	189908,7	180662,6	205184,7	36,9
Разом:	198428,2	223404,1	238259,9	225542,1	251991,5	27,0
	У відсотках					
Активи НПФ	1,1	1,1	0,8	0,9	1,0	- 9,1
Інвестиційні активи страхових компаній, у т. ч.	19,1	18,1	15,3	15,6	14,3	- 25,1
інвестиційні активи компаній зі страхування життя	3,0	3,6	3,4	4,3	4,0	33,3
сукупні чисті активи невенчурних фондів	4,3	4,6	4,2	3,4	3,3	- 23,3
сукупні чисті активи венчурних фондів	75,5	76,2	79,7	80,1	81,4	7,8
Разом:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Джерело: розраховано за [2; 3]

На кінець 2017 р. загальна сума інвестиційних активів компаній зі страхування життя становила понад 10,1 млрд. грн., збільшившись за п'ятирічний період аналізу на 69,3%. Як свідчать дані табл. 1, за темпами нагромадження інвестиційних активів вітчизняні компанії зі страхування життя в останні п'ять років випередили всі інші види небанківських

інституційних інвесторів та нагромадили достатній інвестиційний потенціал, випередивши невенчурні інвестиційні фонди та недержавні пенсійні фонди.

Темпи нарощування інвестиційних активів компаніями зі страхування життя в досліджуваному періоді в Україні були навіть вищими за темпи нагромадження активів лідерами небанківського інституційного інвестування – венчурними інвестиційними фондами. Проте питома вага інвестиційних активів цих страхових установ у сукупному обсязі активів вітчизняних небанківських інституційних інвесторів залишилася незначною, збільшившись із 3% у 2013 р. до 4% у 2017 р.

У більшості розвинених країн світу компанії зі страхування життя знаходяться в складі лідерів небанківського інституційного інвестування, тому досягнуті вітчизняними лайфовими страховиками високі темпи розвитку інвестиційних операцій у 2013–2017 рр. дають підстави сподіватися на їх більш вагому роль в інвестиційній сфері в найближчі роки.

2. Оцінювання інвестиційного потенціалу вітчизняних компаній зі страхування життя

Інвестиційний потенціал компаній зі страхування життя формується під впливом багатьох чинників, серед яких – кількість страховиків цього виду, розмір нагромаджених ними активів та капіталу, величина інвестиційного доходу, чисельність страхувальників та застрахованих осіб, ефективність господарської діяльності та ін.

Кількість oferentів послуг зі страхування життя в нашій країні порівняно з практикою розвинених країн світу є невеликою. У 2017 р. страхуванням життя займалися 33 компанії, що менше на 29 од., ніж у 2013 р., а порівняно з 2015 р. – на 16 організацій (табл. 2). Причинами скорочення кількості страхових компаній цього виду є зростання концентрації ринку, низька платоспроможність і невеликі їхні конкурентні переваги порівняно з лідерами ринку. Сьогодні в Україні сегмент ризикових видів страхового захисту є більш привабливим для професійних учасників ринку, ніж галузь страхування життя.

Таблиця 2

Кількість страхових компаній в Україні в 2013–2017 рр., од.

Види страхових компаній	Роки					Зміна, од.	
	2013	2014	2015	2016	2017	2017 р. / 2013 р.	2017 р. / 2016 р.
Компанії зі страхування життя	62	57	49	39	33	- 29	- 6
Компанії з ризикових видів страхування	345	325	312	271	261	- 84	- 10
Разом:	407	382	361	310	294	- 113	-16

Джерело: складено на основі інформаційних матеріалів Нацкомфінпослуг

Основна частина операцій із залучення валових страхових премій у 2017 р. припадала на 20 лайфових компаній (94,9% ринку). Це свідчить про те, що діяльність у цьому сегменті страхового ринку забезпечується потужними страховими компаніями, які залучають найбільші розміри страхових внесків.

Ефективна реалізація інвестиційної діяльності компаніями зі страхування життя є можливою за умови формування достатнього ресурсного потенціалу, складниками якого є сформовані математичні резерви, власний капітал і сплачений статутний капітал, наявний нерозподілений прибуток та інші джерела капіталу.

На кінець 2017 р. вартість пасивів лайфових страховиків становила 11 222,5 млн. грн., а сплачених статутних капіталів – 1 206 млн. грн. (табл. 3). Як свідчать дані табл. 3, протягом 2013–2017 рр. сектору страхування життя вдалося наростити свій ресурсний потенціал.

Таблиця 3

**Складники ресурсного потенціалу вітчизняних компаній
зі страхування життя в 2013–2017 рр., млн. грн.**

Показники	Роки (за станом на кінець року)					Темпи зростання 2017 р. до 2013 р., %
	2013	2014	2015	2016	2017	
Сукупні пасиви	6944,1	9312,0	10030,7	10946,9	11222,5	+ 61,6
Власний капітал, у тому числі	2653,9	3247,4	2720,2	2640,0	2329,4	- 12,2
статутний капітал	1627,6	1910,8	1420,3	1420,3	1206,0	- 25,9
нерозподілений прибуток	- 90,9	259,5	178,5	75,9	516,2	+ 667,9
математичні резерви	3841,9	5305,6	6828,2	7827,9	8389,2	+ 118,4
інвестиційний дохід	323,1	456,0	572,3	627,3	644,3	+ 99,4

Джерело: складено на основі інформаційних матеріалів Нацкомфінпослуг

Сукупні пасиви компаній страхування життя у цілому в країні зросли на 61,6%, що відбулося за рахунок проведення більш ефективної діяльності, яка зумовила суттєве нарощування нерозподіленого прибутку як джерела власного капіталу. Так, нерозподілений прибуток лайфових страховиків за 2013–2017 рр. зріс на 667,9%, перекинувши негативний фінансовий результат 2013 р. Водночас скорочення кількості страхових компаній цього виду призвело до зменшення розміру власного капіталу і зареєстрованого статутного капіталу у цьому сегменті страхового ринку. Показник власного капіталу за роки аналізу зменшився на 12,2%, а статутного капіталу – на 25,9%. Зазначені процеси обмежили можливі резерви нарощування інвестиційного потенціалу компаній зі страхування життя.

Із 2014 р. в Україні сформувалася тенденція до зменшення сум статутних капіталів страхових компаній унаслідок суттєвого зниження їхньої емісійної активності, посилення процесів консолідації та виходу з ринку

неплатоспроможних учасників. Унаслідок цього сформовані статутні капітали лайфових страховиків не є основним джерелом інвестиційного потенціалу цих установ. Основний внесок у зростання обсягів їхніх інвестицій забезпечують зібрані страхові премії, що згодом вкладаються у вибрані активи.

Розмір інвестиційного потенціалу компаній зі страхування життя в Україні міг би бути значно більшим за умови більш ефективного функціонування економіки, стабільності в суспільно-політичному житті країни, зростання заощаджень домогосподарств. Утрата частини інвестиційного потенціалу досліджуваних компаній відбулася й під впливом таких чинників, як криза в економіці, окупація частини території країни, банкрутство окремих страхових компаній, зниження доходів населення та схильність громадян до довгострокового нагромадження капіталу.

Водночас позитивною тенденцією, що вплинула на зростання інвестиційного потенціалу лайфових страховиків, є суттєве нарощування ними математичних резервів. На кінець 2017 р. сума резервів зі страхування життя становила 8 389,2 млн. грн., що більше за показник 2013 р. на 118,4%, або більше ніж удвічі.

Зростання технічних резервів компаній із ризикових видів страхування за 2013–2017 рр. становило у цілому по країні 36,7%. Зазначене свідчить, що зростання сум математичних резервів відбувається значно швидше, ніж технічних, що характеризує більший вплив компаній зі страхування життя на розвиток інвестиційного потенціалу страхового ринку країни загалом. Відповідно, протягом останніх п'яти років зросла частка математичних резервів у загальному обсязі сформованих страхових резервів із 26,4% у 2013 р. до 36,8% у 2017 р. (рис. 3).

Тенденцію до збільшення загальної суми страхових резервів і випереджаючого зростання математичних резервів слід розглядати як таку, що посилює інвестиційний потенціал вітчизняних страхових компаній і сектору небанківського інституційного інвестування у цілому.

Формування достатнього обсягу резервів, їх раціональне розміщення та ефективне управління ними є необхідними умовами для забезпечення фінансової стабільності лайфових компаній у довгостроковому періоді.

Процес випереджаючого нагромадження компаніями зі страхування життя страхових резервів пояснюється довгостроковим та накопичувальним характером цього виду страхування. У сучасних умовах обсяги залучених страхових премій значно перевищують обсяги страхових виплат, які здійснюються за договорами страхування життя. Разом із цим частина одержаного інвестиційного доходу від розміщення коштів страхових резервів спрямовується на їх поповнення. Важливим чинником зростання розміру математичних резервів виступає й знецінення національної грошової одиниці, внаслідок чого ці резерви підлягають переоцінці.

У цілому процес нарощування резервів зі страхування життя є нерівномірним по ринку, що відображає високу монополізацію цієї галузі. Наприклад, у 2015 р. 13 лайфових страхових компаній одержали від'ємне

значення приросту страхових резервів, що було зумовлено достроковим розірванням договорів страхування життя. Левова частка приросту резервів зі страхування життя у цьому році (79,8%) була забезпечена діяльністю чотирьох страхових компаній, які збільшили їх розмір на 619,0 млн. грн., 332,5 млн. грн., 230,1 млн. грн. та 198,3 млн. грн. відповідно [21]. Зазначене доводить нерівномірність розвитку компаній цього виду в Україні, за якої одні є лідерами ринку й упевнено нарощують обсяги надання страхових послуг, а інші намагаються вижити в боротьбі з конкурентами та виконати свої зобов'язання.



Рис. 3. Величина резервів страхування життя в Україні та їхня питома вага в загальному обсязі страхових резервів у 2013–2017 рр.

Джерело: розраховано і побудовано за [21]

Зростання обсягу резервів компаній зі страхування життя призвело й до збільшення суми інвестиційного доходу, одержаного від розміщення коштів страхових резервів (табл. 3). Якщо в 2013 р. сума одержаного інвестиційного доходу від розміщення коштів цих резервів становила 323,1 млн. грн., то в 2017 р. вона збільшилася до 644,3 млн. грн., тобто на 99,4%.

Важливо зазначити, що переважна частина одержаного інвестиційного доходу від розміщення коштів математичних резервів спрямовується на їх поповнення. За аналітичними даними Нацкомфінпослуг, частка спрямованого доходу на поповнення математичних резервів у цілому по сектору страхування життя в Україні в 2017 р. становила 78,9%, а в 2015 р. була ще більшою – 85,2% [21].

Негативним чинником, що обмежує інвестиційні можливості лайфових страховиків, є зниження темпів залучення ними страхових премій. Протягом останніх років галузь страхування життя розвивалася менш

динамічно, ніж страховий ринок країни у цілому. За період 2013–2017 рр. обсяг залучених премій за цим видом страхування збільшився на 17,6%, тоді як у цілому по страховій галузі країни зростання становило 51,5%. Частка страхових внесків за договорами страхування життя в загальній сумі валових страхових премій у 2013 р. становила 8,6%, тоді як у 2007 р. була на рівні 6,7%.

Порівняння річних темпів приросту страхових премій у цілому по страховій галузі й окремо за договорами убезпечення життя дає змогу зробити висновок щодо особливої чутливості лайфових страховиків до економічних криз і політичних негараздів у країні. Дані рис. 4 свідчать про більше «просідання» сегменту страхування життя в кризових 2014–2015 рр., аніж це відбувалося у цілому по страховому ринку країни. Значною мірою це було зумовлено панічними настроями громадян, які в кризових умовах масово припиняли участь у механізмах страхування життя. Негативний вплив на скорочення діяльності лайфових компаній у цей період спричинила й непродумана політика держави щодо розвитку страхового сектору.



Рис. 4. Ланцюгові темпи приросту обсягів залучених валових страхових премій за всіма договорами страхування і за договорами страхування життя в Україні в 2013–2017 рр., %
Джерело: розраховано і побудовано за [21]

Кризові явища в суспільно-політичному житті країни зумовили «обвал» вітчизняного ринку страхування життя в 2014 р. Обсяг залучених премій за цим видом страхування лише за 2014 р. скоротився на 13% [21]. Зменшилася й кількість застрахованих осіб унаслідок окупації частини території країни. У 2015 та 2017 рр. процеси гальмування розвитку цієї галузі отримали подальше продовження. Серед головних причин гальмування розвитку ринку страхування життя в країні слід виокремити зниження темпів економічного розвитку, тривалу військово-політичну кризу, зниження

доходів та життєвого рівня громадян, інфляційне знецінення заощаджень, зниження схильності населення країни до заощаджень тощо.

Послуги зі страхування життя залишаються недостатньо популярними серед громадян України. Найбільший приріст залучених внесків за цим видом страхування був у 2013 р. (36,9%), тоді як за підсумками 2017 р. становив лише 5,7% (рис. 4), що свідчить про низькі темпи поширення цього виду страхового захисту серед громадян країни. Більш успішний розвиток був продемонстрований компаніями цього виду до появи негативного тренду в суспільно-політичному житті країни. З анексією частини території країни та початком воєнних дій галузь страхування життя зазнала втрат як в обсягах залучених премій, так і в кількості застрахованих осіб. І лише з 2016 р. почалося поступове відновлення довіри з боку населення країни до забезпечення життя як до виду страхового захисту.

Структура надходжень валових страхових платежів за угодами страхування життя свідчить, що основна частина платежів надходить від фізичних осіб. У 2017 р. частка платежів фізичних осіб у загальному обсязі залучених премій за цим видом страхування становила 96,6%, тоді як на юридичних осіб, передусім роботодавців, у цьому показнику припадало не більше 3,4% [21], що свідчить про дуже слабку залученість останніх до фінансування страхового захисту своїх працівників. Очевидно, що й надалі основна частина надходжень за договорами з забезпечення життя буде формуватися за рахунок платежів громадян.

Негативною тенденцією є й зменшення кількості осіб, застрахованих за цим видом страхування. Лише за 2017 р. кількість застрахованих фізичних осіб зменшилася в країні на 2,1%, або на 88,3 тис. осіб. Зменшення кількості застрахованих у системі страхування життя свідчить про серйозні проблеми у її функціонуванні та потребує державного регулювання для їх подолання.

Рівень поширення послуг зі страхування життя в нашій країні залишається дуже низьким, бо в розвинутих країнах світу переважна більшість працюючих громадян задіяна в різноманітних механізмах забезпечення життя.

Зростання інвестиційного потенціалу лайфових страховиків стане більш вагомим за умови збільшення кількості страхувальників за цим видом страхування та нарощування ними розміру страхових платежів.

Проте проведені дослідження засвідчують, що фінанси домогосподарств в Україні поки не перетворилися на надійне підґрунтя для розвитку досліджуваного сегмента страхового ринку. У країнах із розвиненою ринковою економікою важливою функцією фінансів домогосподарств є саме інвестиційна, яка зумовлена тим, що домогосподарства є важливим постачальниками інвестиційних ресурсів для економіки, де чверть національних заощаджень формується саме за рахунок заощаджень громадян [13, с. 19].

Важливим чинником, що забезпечує успішність інвестиційної діяльності страхових компаній, як свідчать розрахунки, є стабільна економічна та суспільно-політична ситуація в країні, адже в періоди макроекономічної стабільності показники інвестування вітчизняних страховиків динамічно зростали.

3. Дослідження інвестиційних пріоритетів вітчизняних компаній зі страхування життя та завдання щодо їх удосконалення

Сформований інвестиційний потенціал страхові компанії інвестують у вибрані активи, що визначені ст. 31 Закону України «Про страхування» [23], із метою представлення коштів страхових резервів. Такі види активів представлені інвестиціями у фінансові та матеріальні активи і правами вимог до перестраховиків. Сукупність цих видів активів визначає інвестиційний портфель страховиків, що сформований за рахунок нагромадженого інвестиційного потенціалу.

Ефективне інвестування нагромадженого інвестиційного потенціалу дає змогу одержати інвестиційний дохід, який додатково збільшує ресурсний потенціал страховиків. Для компаній зі страхування життя довгостроковий характер інвестиційної діяльності дає змогу забезпечувати й реалізацію довгострокових інвестиційних стратегій.

Структуру розміщення активів, якими представлені резерви зі страхування життя протягом 2013–2017 рр., подано в табл. 4. Як видно з таблиці, основними об'єктами вкладень лайфових страховиків є депозитні рахунки в банках і державні цінні папери, які в сучасних умовах є надійними і достатньо прибутковими об'єктами інвестицій. Частка вкладень на депозитні рахунки банків становить близько 35%, хоча в найбільш кризові роки досягала 57,5%. Частка вкладень у державні цінні папери поступово в 2013–2017 рр. зростала із 42,9% у 2013 р. до 53,4% у 2017 р.

Таблиця 4

Структура розміщення сукупних математичних резервів на вітчизняному ринку в 2013–2017 рр., %

Види активів	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Грошові кошти на поточних рахунках	4,1	5,6	6,6	7,4	6,6
Грошові кошти на депозитних рахунках	35,8	40,0	57,5	40,1	35,1
Цінні папери, разом, із них	53,7	49,8	31,0	48,1	54,5
акції	6,8	2,8	2,9	0,2	0,1
облігації підприємств	4,0	5,5	4,6	1,5	1,0
державні цінні папери	42,9	41,5	23,5	46,4	53,4
Нерухоме майно	3,5	1,6	1,4	1,3	1,9
Права вимоги до перестраховиків	2,2	2,5	3,4	3,0	1,8
Інвестиції в економіку України	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0
Інші активи	0,4	0,4	0,1	0,1	0,1
Разом:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: складено на основі інформаційних матеріалів Нацкомфінпослуг

Необхідно зазначити зниження зацікавленості компаній зі страхування життя щодо інвестування коштів в акції та облігації підприємств. Частка вкладень в акції знизилася з 6,8% у 2013 р. до 0,1% у 2017 р. Питома вага вкладень в облігації підприємств також різко скоротилася з 4% у 2013 р. до 1% у 2017 р. Інвестиції в економіку країни за напрямками, що визначені КМУ, залишаються дуже незначними. Зменшився й обсяг вимог до перестраховиків.

До кінця досліджуваного періоду в складі інвестиційних пріоритетів компаній зі страхування життя залишилися лише державні цінні папери та банківські депозити. Такі інвестиції мають переважно короткостроковий характер і реалізуються для одержання доходу від перепродажу цінних паперів за вищою ціною та отримання процентного доходу. Зазначене свідчить про те, що компанії зі страхування життя залишаються обережними інвесторами і реалізують на ринку безпечні стратегії інвестування. Проте вибрані види інвестицій можуть виявитися дуже вразливими за умови появи системних криз у банківській системі та негараздів у реалізації бюджетної політики держави.

Структура інвестиційного портфеля страхових компаній розвинених країн є принципово іншою: основну, і набагато вищу, ніж в Україні, частку займають вкладення у цінні папери. Відсутня або дуже низькою є частка прав вимог до перестраховиків. Зокрема, у Великобританії вкладення в реальний сектор становлять 6% інвестицій страховиків, у цінні папери – 72%, 15% – в інвестиційні пайові фонди та 7% – це гроші в касі та інші інвестиції. Надійність інвестиційного портфеля забезпечується за рахунок інвестицій у державні цінні папери, частка яких становить близько 18%, у тому числі у цінні папери інших держав – 5% [36]. Вищою є ліквідність цінних паперів, що дає змогу британським страховикам, на відміну від вітчизняних компаній, уникати інвестицій у такі низькодохідні для них активи, як банківські депозити.

Особливістю інвестування коштів страховими компаніями України є те, що в їхніх портфелях переважно присутні цінні папери вітчизняних емітентів, тоді як, наприклад, за даними Асоціації британських страховиків, вкладення в зарубіжні цінні папери компаніями Великобританії станом на 31 грудня 2010 р. становили 35% обсягів інвестицій страховиків, у тому числі у цінні папери інших держав – 5%, прості акції іноземних компаній – 16%, інші цінні папери іноземних компаній – 14% [36]. Усе це зумовлено ширшим доступом страховиків розвинених країн до світових ринків цінних паперів та можливостями брати участь у торгах на провідних фондових біржах.

Погіршення умов діяльності вітчизняних компаній зі страхування життя починаючи з 2014 р. викликало процеси спрощення їхніх інвестиційних стратегій. За даними табл. 4 спостерігається зменшення рівня диверсифікації їхніх інвестиційних портфелів унаслідок розміщення нагромаджених коштів лише в банківських інструментах і державних цінних паперах.

Негативною тенденцією в реалізації інвестиційних стратегій компаній зі страхування життя слід uważати втрату інтересу до вкладень у корпоративні

цінні папери. Сьогодні мізерна частина резервів страхування життя розміщена в корпоративних цінних паперах, тоді як у попередні роки частка таких активів займала більше десятої частини в інвестиційному портфелі.

Аналогічні тенденції спрощення інвестиційних стратегій є характерними і для банків, і для інших небанківських інституційних інвесторів (табл. 5).

Таблиця 5

Частки вкладень у цінні папери в активах небанківських інституційних інвесторів у 2013–2017 рр., %

Види фінансових інститутів	Роки (за станом на кінець року)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Венчурні ІСІ	28,7	27,3	20,1	26,4	19,7
Невенчурні ІСІ	50,8	55,4	34,5	29,4	27,0
Страхові компанії	56,3	56,0	42,0	41,2	39,3
НПФ	56,4	53,5	50,8	51,1	49,5

Джерело: розраховано на основі даних [2; 3]

Цінні папери займали вагоме місце в портфелях НПФ, невенчурних і венчурних інвестиційних фондів лише на початку досліджуваного періоду, а в 2017 р. така ситуація зберіглася лише у НПФ. Частка вкладень в акції в консолідованому портфелі інституційних інвесторів залишається мізерною, що викликано недостатнім розвитком національного фондового ринку. Зазначене характеризує зменшення впливу компаній зі страхування життя на розвиток фондового ринку та пошук цими фінансовими інститутами більш безпечних об'єктів інвестування.

Вагомим показником для оцінки ефективності інвестиційної діяльності компаній зі страхування життя виступає доходність портфеля інвестицій, сформованого за рахунок розміщення коштів страхових резервів. Загальна сума інвестиційного доходу, одержаного вітчизняними компаніями зі страхування життя в 2017 р., становила 644,3 млн. грн. (табл. 3), збільшившись за період 2013–2017 рр. практично вдвічі. Проте відносний показник доходності цих інвестицій за підсумками 2017 р. становив близько 1%, а протягом останніх п'яти років не був вищим за 2,1%. Така низька доходність інвестиційних операцій, за допомогою яких розміщені кошти резервів зі страхування життя, є характерною для консервативних стратегій інвестування.

Інвестиційна діяльність більшості вітчизняних страхових компаній потребує суттєвого вдосконалення як за рахунок розроблення більш гнучких інвестиційних стратегій, так і за рахунок професійного управління сформованим портфелем активів. У сучасних умовах ці завдання можуть бути вирішені шляхом залучення до процесу інвестування коштів страхових резервів професійних управляючих, якими на вітчизняному ринку виступають компанії з управління активами (КУА). Досвід співпраці страховиків із такими компаніями на вітчизняному ринку сформувався з

2009 р. і заслуговує на поширення. На кінець 2017 р. в управлінні вітчизняними КУА знаходилися активи шести страхових компаній. У цілому в країні спостерігається позитивна динаміка щодо зростання вартості активів, що знаходяться в управлінні КУА. За підсумками 2017 р. приріст таких активів становив 127,5%, за підсумками 2016 р. – 65,7% [2]. Проте твердити про масове поширення процесів передачі активів страховиків в управління КУА на вітчизняному ринку поки не доводиться, адже лише 2% кількості діючих компаній передали активи в управління фінансовим посередникам.

Проведене дослідження ролі та значення діяльності компаній зі страхування життя як небанківських інституційних інвесторів в Україні засвідчило, що інвестиційна функція страхування залишається не реалізованою належним чином. Такий стан речей спричиняється багатьма обставинами, головними серед яких є незначні порівняно з практикою розвинених країн обсяги залучених страховими компаніями фінансових ресурсів, нестача ліквідних фондів інструментів для інвестування, низька ефективність державної політики стимулювання розвитку страхової галузі та її інвестиційного потенціалу.

Подальший розвиток інвестиційної діяльності в страховому сегменті фінансової системи країни буде залежати від:

- успішності розвитку страхової галузі за всіма видами страхування, передусім довгостроковими, що дасть змогу забезпечити зростання обсягів залучених страхових премій та сформованих страхових резервів;
- спрямування коштів страхових резервів в ефективні інструменти фондового ринку;
- ефективного стимулювання з боку держави інвестицій страхових компаній у пріоритетні напрями розвитку національної економіки;
- дієвих засобів обмеження інвестиційних ризиків, здатних забезпечити фінансову надійність страхових компаній та зростання їхнього інвестиційного доходу;
- належно організованої системи управління процесом інвестування та інвестиційними ресурсами, оптимізації джерел їх формування та розміщення;
- наявності ефективних об'єктів інвестування не лише на фондовому ринку, а й у реальному секторі економіки (наприклад, за рахунок реалізації державних інноваційних програм, інноваційних проектів суб'єктів господарювання тощо);
- співпраці страхових компаній із компаніями з управління активами, банківськими установами, недержавними пенсійними фондами для формування спільних інвестиційних стратегій;
- державного сприяння розвитку інвестування в страховому секторі країни шляхом розширення його можливостей та зменшення законодавчих обмежень.

Додатковим чинником, що забезпечить зростання інвестиційного потенціалу страхових компаній, може стати зменшення обсягів внутрішнього

й особливо зовнішнього перестрахування, що відволікає їхні інвестиційні ресурси.

Сьогодні зазначені вище умови успішного інвестування в страховому секторі країни виконуються лише епізодично, за окремими аспектами. Більшість страховиків не має ретельно розробленої стратегії інвестування та вкладає кошти у фінансові активи афілійованих структур або в банківські депозити. Багато страхових компаній відчують потребу в професійних управляючих, передусім на фондовому ринку, що зумовлює необхідність утворення відповідної інфраструктури (ризик-менеджменту, відділу аналітики та інвестиційного управління).

Удосконалення інвестиційної діяльності страхових компаній стане можливим за рахунок підвищення ефективності функціонування банківської системи і національного фондового ринку. Надійність розміщення коштів на депозитних рахунках у банківських установах і можливість їх дострокового вилучення в разі необхідності для страховиків мають стати беззаперечними умовами, які повинні бути забезпечені інструментами державного регулювання.

Для розвитку національного фондового ринку та збільшення кількості ефективних цінних паперів, в які можуть вкладатися кошти страховиків, необхідно послабити вимоги до емітентів для включення їхніх цінних паперів у лістинг фондових бірж. Необхідно забезпечити ширший допуск страховиків до біржової торгівлі іноземних емітентів, провести валютну лібералізацію та сприяти формуванню інфраструктури фінансового ринку відповідно до вимог міжнародних ринків капіталу.

Вимогою часу є й послаблення законодавчих норм щодо диверсифікації портфелів страхових компаній.

Значний поштовх для активізації інвестиційної діяльності компаній зі страхування життя може забезпечити їхня активна участь у пенсійній реформі, зокрема у процесах запровадження її другого накопичувального рівня в країні.

Правильно організована інвестиційна діяльність забезпечує якість страхових послуг і визначає ринкову позицію страховика. Тому нарощення та ефективне використання інвестиційного потенціалу досліджуваних страхових компаній є доволі актуальним завданням як для них самих, так і держави, що сприятиме більш активній участі цих фінансових інститутів у процесах фінансування економічного зростання національної економіки.

Висновки. Проведене дослідження дає підстави стверджувати про недостатню інвестиційну активність компаній зі страхування життя в системі небанківських інституційних інвесторів в Україні. Незважаючи на значні темпи нарощування інвестиційного потенціалу в 2013–2017 рр., досліджувані види фінансових інститутів за обсягами нагромаджених активів у системі небанківських інституційних інвесторів поступаються венчурним інвестиційним фондам і компаніям із ризикових видів страхування, займаючи третю позицію.

Інвестиційний потенціал вітчизняних лайфових страховиків останніми роками зростав за рахунок залучених страхових премій, нерозподіленого прибутку та сформованих страхових резервів. Обсяги сплачених статутних капіталів як важливого джерела інвестиційних ресурсів цих страхових компаній зазнали зменшення, чим обмежили резерви зростання інвестиційного портфеля.

Інвестиційні стратегії компаній зі страхування життя в останні роки зазнали спрощення за рахунок обмеження вкладень лише в боргові цінні папери держави і на банківські депозити. Мізерними є інвестиції цих фінансових установ у корпоративні цінні папери та в пріоритетні галузі національного господарства за напрямками, визначеними КМУ.

За загальної тенденції до зростання інвестиційного доходу доходність інвестиційних операцій компаній зі страхування життя залишається вкрай низькою, коливаючись у межах 1–2%.

Гальмівними чинниками більш активного розвитку інвестиційної діяльності компаній зі страхування життя в Україні залишаються невелика кількість застрахованих осіб за цим видом страхування і незначні обсяги щорічного залучення страхових платежів за цим видом страхування як основи інвестиційних ресурсів, брак надійних інструментів фондового ринку для розміщення коштів страховиків, неефективна державна політика щодо стимулювання інвестування в страховій галузі.

Список використаних джерел:

1. Алексеев І.В., Кіндрат І.Ю., Ярошевич Н.Б. Страхові послуги : навчальний посібник. Львів : Львівська політехніка. 2006. 204 с.
2. Аналітичний огляд індустрії управління активами в Україні за 2017 р. URL: <http://www.uaib.com.ua>.
3. Аналітичні матеріали Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <http://www.nfp.gov.ua>.
4. Барановський О.І. Розвиток страхового бізнесу в Україні. *Фінанси України*. 2012. № 8. С. 85–93.
5. Бойко Л.О. Сучасні тенденції розвитку страхування життя в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. № 38. С. 213–218.
6. Василенко А.В. Державне регулювання інвестиційної діяльності страхових компаній : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 ; КНУ ім. Т. Шевченка. Київ, 2009. 18 с.
7. Внукова Н.М. Страхування: теорія та практика : навчально-методичний посібник. Харків : Бурун Книга, 2004. 371 с.
8. Вовчак О.Д. Страхування : навчальний посібник. Львів : Новий Світ – 2000, 2005. 480 с.
9. Гаманкова О. Методи державного регулювання ринку страхових послуг. *Ринок цінних паперів*. 2009. № 10. С. 61–64.
10. Гаманкова О.О. Ринок страхових послуг України. Теорія, методологія, практика : монографія. Київ : КНЕУ, 2009. 283 с.
11. Єрмошенко А.М. Інформаційно аналітичне забезпечення взаємодії страхових організацій і банківських установ. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 10. С. 59–66.
12. Жабинець О.Й. Формування інвестиційних ресурсів страхових компаній та питання безпеки їх інвестиційної діяльності. *Науковий вісник ЛНТУ України*. 2012. Вип. 22.12. С. 178–183.

13. Кізима Т.О. Фінанси домогосподарств: сучасна парадигма та доміанти розвитку : монографія. Київ : Знання, 2010. 431 с.
14. Кисельова О.М. Технічні резерви страховиків та їх функція в формуванні інвестиційних ресурсів. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2008. № 6. С. 77–84.
15. Козоріз Г.Г. Капітал і капіталізація страхового ринку України : монографія. Київ : УБС НБУ, 2010. 327 с.
16. Козоріз Г.Г. Пріоритетні напрями модернізації страхового ринку України в умовах глобальних викликів. *Регіональна економіка*. 2013. № 1. С. 26–34.
17. Нові вектори розвитку страхового ринку України : монографія / О.В. Козьменко та ін. ; кер. авт. проекту д.е.н., проф. О.В. Козьменко. Суми : Університетська книга, 2012. 315 с.
18. Козьменко О.В., Бойко А.О. Порівняльна характеристика видів страхування в Україні, Росії, а також Франції та інших країнах ЄС. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2009. № 1. С. 53–60.
19. Криклій А.С., Пікус Р.В. Ринок страхування життя в Україні: тенденції, європейський досвід. *Економіка та держава*. 2008. № 5. С. 13–17.
20. Овчаренко Т.С. Інвестиційні стратегії страхових компаній та перспективи їх впровадження. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2011. № 121–122. С. 33–38.
21. Підсумки діяльності страхових компаній : аналітичні матеріали Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <http://www.nfp.gov.ua>
22. Правила розміщення страхових резервів із страхування життя : Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг від 26 листопада 2004 р. № 2875, зі змінами. URL: <http://www.nfp.gov.ua>.
23. Про страхування : Закон України № 85/96-ВР від 07.03.1996. URL: <http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol1/12-18.pdf>.
24. Сиротюк Ю.В. Роль страхових компаній та недержавних пенсійних фондів у формуванні фінансового забезпечення розвитку економіки. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2010. № 2. С. 184–191.
25. Сороківська М.В. Напрями удосконалення управління ризиками інвестиційної діяльності страхових компаній. *Вісник Львівської комерційної академії*. 2010. Вип. 33. С. 55–59.
26. Статистика страхового ринку України на основі офіціальних отчетов Государственной комиссии по регулированию рынков финансовых услуг Украины. URL: <http://forinsurer.com/stat>.
27. Стратегія реформування державного регулювання ринків небанківських фінансових послуг на 2015–2020 роки : Розпорядження Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг від 19.03.2015 № 499. URL: <http://docs.dtki.ua/ua/doc/1095.5222.0>
28. Статистичні матеріали Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
29. Ткаченко Н.В. Страхування : підручник. Київ : УБС НБУ, 2014. 570 с.
30. Фурман В.М. Страхування та його роль у соціально-економічних процесах. *Фінанси України*. 2005. № 8. С. 145–153.
31. Черкасова С.В. Небанківське інституційне інвестування в Україні: пріоритети та інструменти державного регулювання розвитку : монографія. Львів : Промінь, 2016. 452 с.
32. Черкасова С.В. Сучасні тенденції розвитку діяльності компаній зі страхування життя в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. № 6. С. 62–66.
33. Черкасова С.В. Сучасні тенденції участі громадян в діяльності небанківських інституційних інвесторів в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 12. С. 174–178. URL: <http://global-national.in.ua/issue-12-2016/20-vipusk-12-serpen-2016-r/2280>.

34. Черкасова С.В., Сороківська М.В. Сучасний стан та перспективи розвитку інвестування в небанківському фінансовому секторі : монографія. Львів : Растр-7, 2013. 186 с.
35. Ярошенко С.П., Куделя Л.В. Проблеми становлення та розвитку страхового ринку життя України. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. № 4. С. 87–92.
36. Analysis and data of Association of British Insurers. URL: http://www.abi.org.uk/Facts_and_Figures.

Shvidanenko Oleg

Professor,

*Professor of the Faculty of International Economics
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

Busarieva Tatiana

PhD,

*Associate Professor of the Faculty of International Economics
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

CREATIVE RESOURCE AS THE BASE OF THE FORMATION OF THE CREATIVE ECONOMY

Summary

Since the second half of the twentieth century, the modern global economy has experienced a rapid transformational development from the knowledge economy, through the innovation, into the economy of creativity. At the same time, if such terms as the knowledge economy, innovation, information, and intellectual economy are often used as synonyms, the concept of a creative economy is filled with new content and acquires a number of qualitatively new signs and properties. It can be argued that the creative economy does not deny the previous forms of development but includes them as key elements of its development. Actually, in this principally new social-economic conditions, the problems of the formation of the main resource of the creative economy – creativity – becomes relevant as far as it is the ability of the individual to create new concepts, the formation of new ideas and ways of their implementation in the economy. The relevance of the article is due to the dynamic changes of the epoch of world socio-cultural development to the new epoch of creativity, where human resource goes out on the qualitatively new level. The purpose of the article is to evaluate and critically access the processes of the transformation of the post-industrial economy and to understand the main aspects of the formation of the creative economy. The methodological basis of the article is the methods and forms of scientific knowledge adopted in domestic science, such as system approaches, comparative and synthesis methods, methods of abstract logical evaluation, methods of detailing, groupings and generalizations, expert evaluations. Results: analysis of the formation of the creative economy and the identification of the main components of creative resource.

Introduction. Currently, the era of world socio-cultural development is changing to a new era of creativity. This conclusion was presented by researchers from the leading Japanese analytical centre – Nomura Research Institute (NRI). At the same time, it can be argued that this kind of conflictual situation in the world occurs due to the imposition and existence of several epochs at the same time, that is, the current process of formation of a post-industrial society is taking place, although the industrial age of time appears in a qualitatively new form, where the human resource comes to qualitatively new level.

In modern conditions, the level of competitiveness of the country depends on a large extent on the level of development of the creative person. The key areas for the realization of creative personalities are economic and creative activities in various fields of human life. Therefore, stimulating the development of a creative person, effective use of instruments of the economic mechanism of the motivation of creative work is one of the key tasks for ensuring sustainable socio-economic growth. The activation of the human factor and the acceleration of scientific and technological progress are interdependent problems of balancing and dynamic development of factors of production. Modern technologies have a number of features: they are highly specialized, quickly obsolete, require continuous improvement, they cannot be implemented only with the help of documentation, namely, without a person-carrier of know-how. The leading countries of the world, such as Japan, the United States, Great Britain, Germany, France, have long understood that the necessary condition for the progress of science and technology is the development and maximum disclosure of the creative potential of its employees. These countries bring talented people from all over the world as innovative and creative activities, understanding the importance of human capital and finding the necessary motivators for their work.

The core and semantic centre of the new creative economy is the creative resource, which is represented by the generating centre of the existing formation. The creative resource of the individual produces novelty, generates new discoveries and ideas, is capable of solving difficult problems productively and, what is very important, decisively and promptly introduces them into practice. In this approach, information is no longer a key role, but the creation and creative people who generate new ideas and embody them. In this case, creativity is the estimated resource of the individual, and a driving factor in the country's socio-economic, socio-cultural development [1, p. 23-24].

At the same time, it is important to emphasize that in the modern economy, creativity is considered not only as a key factor in the country's economic stability but also as a mission of the development of society, region, individual, etc. In turn, if education and the intellectual product are the key factors of the knowledge economy, and the innovation economy sharpens attention on ways of using this knowledge, then the task of a creative economy is to provide conditions for generating ideas, on means of transforming the proposed ideas into a qualitatively new product.

That is why it is possible to create a new factor of production along with the classical factors of production, namely, the formation and approval of a new

“creative formation”, a special cultural and creative space, which accommodates such relatively independent spheres and autonomous worlds as a creature society, creative economy, total art and a universal creative personality.

1. The transformation of the essence of creativity

The term “creativity” comes from the Latin word “creato” – creation, which in translation means “creativity” or “creation”. In the narrow sense, the concept of “creativity” is a procedural factor in the creative activity of an individual, as a result of which an innovative product of labour emerges which did not previously exist in the market for goods and services. In this case, under the innovative product works, we mean not only a product or service but also new research methods, concepts, decision-making algorithms, etc.

At the beginning of the 60s years of the XX century, a large-scale experience of testing intelligence was already accumulated, which in turn posed new questions for researchers. In particular, it turned out that professional and life successes are not directly related to the level of intelligence calculated using IQ tests. Experience has shown that people with not very high IQs are capable of outstanding achievements, and many others, whose IQ is much higher, often lag behind them. It was suggested that some other qualities of the mind, which are not covered by traditional testing, play a crucial role here.

In 1967, American psychologist J. Guilford combined these factors in the general concept of “divergent thinking,” which reflects the cognitive side of creativity. Compared with convergent thinking, focusing on a well-known, trivial solution to a problem, divergent thinking manifests itself when the problem has yet to be determined and when there is no pre-prescribed, established solution. The scientist focused on analysing linear and nonlinear thinking and clearly defining the place of creativity. In particular, linear thinking has a formal character, is characterized by logic and denied intuition. On the contrary, nonlinear thinking is characterized by intuitionism, paradoxism, and chaos. Due to the fact that creativity is not a product of thinking and is not related to logic but proceeds from the essential characteristics of a subject, an object, a process that needs to be mastered, it is expedient to attribute creativity to nonlinear thinking.

In 1974, British economist R. Torrance proved that creativity is nothing more than an emotional component of intellectual activity, the search for new knowledge, in particular, beyond critical knowledge, the ability to go beyond logical generalization, and the ability to implement the work out of a critical generalization.

The first definition from the point of view of the economy was given by the American scientist, professor at Stanford University D. Cao when he mentioned that “Creativity is an integral process of generating ideas, their development and transformation into values. This process involves what people usually mean by innovation and entrepreneurship.” It means both the art of generating new ideas and the science of transforming these ideas into a stage of incarnation in value [2, p. 56-63].

Since the late 1990s, creativity has become a necessary component of any activity, as the activity itself is turning into an increasingly complex social and technological level. The ratio of creative and reproductive components of activity shifts towards the first. Now “geniuses” are already needed in proportion, to say the least, one to one thousand, and one to ten, in some types of activities and to one another, up to two. Moreover, it turned out that creativity in a person can be developed, it can be taught. Thus, the strategies of creative industries are based on the social and technological phenomenon of increasing the number of creative people necessary for a successful and effective activity in any sphere that allows it to react more quickly to market needs, easier to master new realities, adapt to them and see fundamentally new products that will be in demand today, but tomorrow and the day after tomorrow. In addition, this approach is based on the recognition of the fact that creativity may not only be “high” but “middle” or even “low”. This is similar to the well-known from the Soviet era formula – “high/low archaeological work.”

At the beginning of the 21st century, it can be argued that a number of stages took place in the study of creativity, during which the transformation of the essence of creativity as an economic resource took place (see Figure 1). If by the 1980s creativity was seen as a way to self-development, then since 2010, attention has been paid to the applied aspect of the problem: how to use creativity to stimulate the development of corporations, which should be working conditions, ways of motivation, relations between employees, in addition, how to analyse and use the results of intellectual activity of employees.

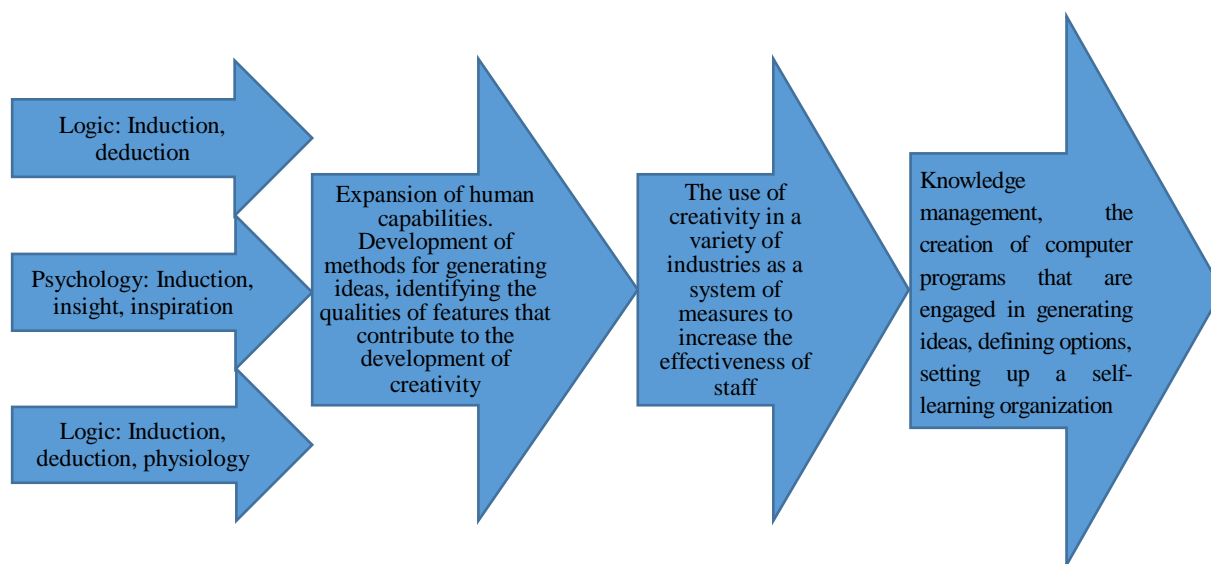


Fig. 1. Transformation of the essence of creativity

Source: created by authors on the basis of [3, p. 51-55]

Today, creativity is the driving force behind modern economic and political development. Despite the presence of a large content material, which yields certain results both theoretically and in practice, the unified and sophisticated theory of creativity is absent today, as there is no recognized methodology that diagnoses this property.

Table 1

Definition of the term “creativity”

Author	Definition
R. Simpson	Ability to abandon stereotyped ways of thinking.
S. Taylor, D. Gilford	The set of abilities, each of which can be represented in varying degrees.
E. Torrens	Ability to sharpen the perception of shortcomings, problems, gaps in knowledge, in the process of identifying insufficient information.
D. Rensulli	Peculiarities of person's behaviour expressed in original ways of obtaining a product: achieving a solution to a problem as a result of new approaches to it from different points of view.
A. Mednik	The process of reconstructing elements in new combinations that meet consumer needs.
A. Maslow	A universal characteristic of self-actualized people, a special type of worldview, a special way to interact with reality, the absence of restrictions and prohibitions.
L. B. Ermolaeva K. Tomina	The set of various personal abilities, each of which can be represented in one or another personality: sensuality to new problems, the breadth of categorization, the speed of thinking, the originality of thinking.
D. Bogoyavlevskaya	In fact, actual non-stimulated activity manifested in the desire of the individual to overcome the given framework. It is an integral ability that embraces whole systems of interrelated creative and intellectual abilities.
A. V. Morozov D. B. Chernilevskiy	Holistic-personal quality, a reserve of development of its self-actualization on the basis of susceptibility to problems, openness to new ideas, the ability to destroy or change stereotypes in order to create a new.
H. M. Glatko	The process, which is a private form of creativity. This kind of activity, which can be mastered, is not an innate quality of personality, beyond the matters of exceptional personalities.
T. B. Shakanyan	The mastering of traditional knowledge at the same time leads to learning to think independently, to find in existing knowledge what seemed interesting and useful.
B. G. Leontieva	The best way to realize yourself, to maximize your ability to meet new ways of doing business, striving for risk, checking the limits of your capabilities.

Source: created by authors on the basis of [4, p. 240-336; 5, p. 11-13]

The above ideas of many scientists who studied the problem of creativity suggest that, despite different points of view, in almost all definitions, creativity is associated with the invention of something new (for the individual or society).

2. Development of the creative resource

To clearly understand the importance of the formation and development of creativity, it is necessary to analyse it from the point of view of philosophy. In the course of the study, several approaches were identified in the study of the category of creativity. In particular, according to the psychological approach, creativity is considered through the prism of the coefficient of creative abilities, which has its manifestation in thinking, creative actions and factors, communication. According to the philosophical approach, creativity is considered as a category of the theory of cognition, in particular, 1) creativity – the emergence of a new relation to the old one, 2) creativity – as a denial of negation, and 3) creativity – as a refutation of the old one.

Another approach that is appropriate to distinguish in the study of creativity development is the philosophic-practical approach that focuses on the study of creativity in the context: 1) characteristic and rate of gifted person, 2) creativity as a factor in getting a new one and 3) creativity as a non-conflict promotion of a new one without criticism of the old one

From a philosophical point of view, it is possible to clearly define the conditions that promote the development of creativity, among which it is necessary to mention the following:

- the basis for action or act is freedom (as openness to a new one);
- special principles for stimulating the production of illogical questions that have a large number of responses;
- preference of own position;
- friendly feelings, intuition;
- search for dialogue with a variety of scientific disciplines through scientific tolerance, because in creativity there is no truth in its final version;
- search dialogue with emotional knowledge (over consciousness)
- the phenomenon of rational faith [3, p. 51-55].

On another hand, there are a lot of conditions that hinder the development of creativity, among which are the following: formal logic, conservatism, absolute results, conservative stereotypes of thinking, conformity, dialog with authority, the invention of non-scientific knowledge based on faith, the avoidance of phenomena of fantasy, creativity.

New ideas and solutions arise as a result of the joint participation of the logical and intuitive thinking of man, due to the functioning of logic and intuition in specific problem situations. Hence, we can conclude that the indicator of a high level of creative abilities is the quality of personality, such as a sense of inner freedom, enthusiasm, non-standard, willingness to risk and self-confidence. In other words, creativity – on the one hand, a creative process that focuses on finding and formulation of new ideas, on the other – a personal category,

reflecting the dynamics of spiritual development in conditions of realization of the creative process, based on social and meaningful activities.

Thus, creative thinking is formed when isolated facts, uniting, create a potential situation for the birth of new knowledge. Based on this new knowledge, which does not also reject traditional, previous experience, the transition of the potential of creativity to real creativity, there is the ability to see what others do not see, to find ways of understanding or resolve a given problem. Thus, topical creativity is a new type of activity for a particular person, which excludes any imitation. Immersion and creativity as the opposite of phenomena are considered natural stages of the formation of creative individuality.

Summarizing all of the foregoing, it can be argued that creativity is a specific socio-economic resource that is formed and transformed in the knowledge-oriented economy into an innovative resource as a part of the economic resource of social production. Thus, the categorical-conceptual apparatus of economic theory expands by substantiating creativity as an economic category and identifying its new structural elements.

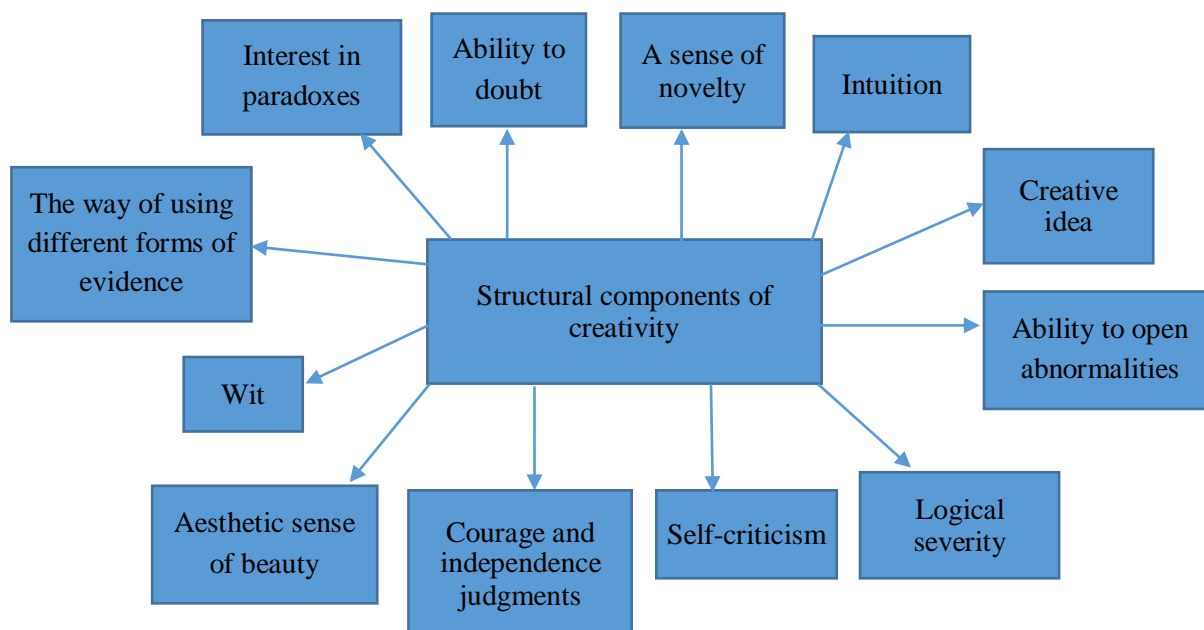


Fig. 2. Structural components of creativity

Source: created by the authors on the basis of [4, p. 352]

After analysing the structural components of creativity, it is worth pointing out that some of them have a close connection with the components of creativity, which is not accidental since today creativity is often identified with creation. That is why we need to analyse the clear relationship and the differences between the creation and creative processes. Creativity has always been associated with the creation of something qualitatively new in any field of activity: scientific, productive, entrepreneurial, artistic, and political.

From Plato, creativity was understood as an individual act of breakthrough to new entities. However, in the Renaissance, a slightly different, narrower view of creativity appeared, first of all, as an artistic act. Gradually, in the mass

consciousness, creativity is increasingly associated with art, with the creation of new cultural and artistic designs and away from pragmatic activities. In the industrial era, to carry out production, commercial or any other activity, creativity was necessary in relatively small quantities. The production of goods or services required executors who carried out certain actions according to a given scheme, and very few people who changed existing ones or created fundamentally new schemes. This ratio of creativity and reproduction corresponded to the industrial era, its values, the speed of updating and introducing innovations, the conditions of competition in the market of goods, services, labour, resources.

Since the 1960s, the environment has begun to change under the influence of new challenges – technological, ideological, and cultural. And since the 80s, the ratio of creative and routine components to the creation of any product is significant, including, for example, sports of high achievements (football, basketball, tennis). There is a post-industrial era, a consumer society emerges, a multimedia world (the famous formula at that time: “communications rule the world”), postmodern philosophy, conceptual art, high technology, transnational network organizations [5, p. 21-25].

Creation is replaced by creativity – the ability of the subject to create not so many new products, as new schemes or algorithms to create these products, as well as schemes and algorithms to create the newest schemes and algorithms. The creativity opposition is reproductive – work on a given pattern or scheme, whether it is handicraft production or an investment project.

Another important difference needs to be understood in the context of creativity and organization. In the book “The Social Life of Information”, John Brown and Paul Duguid describe conflicts between organizations as to how they provide knowledge and creative process and the ways in which they transform these assets into real products and services. The creative process is provided by individuals working in small groups, which Brown and Duguid call “active communities.” In such communities, special importance is attached to the process of research and discovery. Each group of this type produces skills, habits, priorities, and ideas characteristic of it only. This is the secret of its creativity and the ability to invent something new. However, in order to establish links between these communities, to ensure the transfer of knowledge between them, to bring them to a more comprehensive level, and to create conditions for further development, a certain process and system are needed. A practice that does not rely on the process becomes too cumbersome, and the process without practice suppresses the creativity needed for innovation. There is a constant tension between these two aspects. Only the most progressive and competent organizations are capable of balancing these opposing forces so that they ensure the sustainability of the creative process and long-term development.

The fundamental contradiction between organization and creativity is reflected in the famous dialogue between the two greatest chroniclers of everyday life in the mid-twentieth century: William Whyte and Jane Jacobs. Whyte’s classic book “The Organization Man”, published in 1956, presents evidence of the overwhelming effect of organization and bureaucracy on individuality and

creativity. Whyte, a journalist for Fortune magazine, showed in his book that large corporations of that time prefer those who are ready to agree with everything for their own well-being, rather than those who are able to go against the flow. As a result, according to Whyte, a “generation of bureaucrats” was formed. The bureaucratic approach was applied even in the field of research and development, although this activity was financed very generously. “Money, money everywhere, they complain, but not a cent to think.” In the person of the organization about whom the thinker wrote, the average duration of the working week ranged from 50 to 60 hours; he was more interested in work than his wife, and his identity was completely dependent on the corporation. He lived in a suburban area of standard development, such as Park Forest, whose life Whyte had studied in detail. New suburban areas were considered more progressive and free than traditional small cities. However, as Whyte showed us, the inhabitants of such areas also had a lot of pressure: they had to follow generally accepted social norms and demonstrate conformal behaviour. In Park Forest, as in the companies, which many of its inhabitants worked for, climbing up the social ladder, they were immediately stigmatized by no one else.

In the twentieth century, the problem of creativity has become the subject of analysis of both foreign and domestic researchers. Despite the variety of approaches, all researchers are unanimous in that creativity – is an activity that generates something qualitatively new and is unique, originality and socio-historical uniqueness, which always involves the creator – the subject of creative activity. Underlying the creative process are such components as the personal vision of the creator, social significance, freedom of the creative process. Summarizing, it can be argued that creativity is a process based on the inspiration of the author, his abilities, traditions, which the author possesses. If we talk about the process of creativity, then the main part of it is a pragmatic element, that is, an initial understanding of why you need to create something, for whom you need to create something, how to create something, and what exactly to create. Since creativity, unlike creativity, is not an act of arbitrariness, but it is a technology, training, discipline, and intense minds are needed to increase the productivity of creating ideas since stereotypes and inertia of thinking are difficult to overcome. The term “technology” is used in various fields of knowledge; it is used in science, art, and industry, and many of the approaches to its interpretation are known; in this context, we interpret the following: it is a focus on convenience, perfection, and efficiency in orientation to standard and reproduction [6, p. 7-11].

Moreover, analysing creativity, it is important to mention the connection between creativity and knowledge as far as knowledge is another important element of creative activity. In the process of labour, a person also acquires knowledge; this is reflected in the fact that the person gains experience and improves skills. If a person masters, acquires new knowledge to improve skills, then this knowledge is most often created and transferred to him by others. In the creative activity, a person forms new knowledge itself (that can be passed on to others), they are created on the basis of basic knowledge and the desire for knowledge. One of the differences in the knowledge economy is that new

economic benefits are created, with the help of new processes, by new employees who are more engaged in creativity than in work. In the industrial era and partly in the post-industrial one, processes and products were created by some employees, and directly exploited and mastered new processes and created new products others. An important distinctive feature of a person in the information society is and what contributes to the transformation of labour into creativity, is the change of value orientations.

The nature of the business organization began to change in the heyday of post-industrial society, from an organization that united and organized people to create economic benefits with the help of various machines, it began to form as an association of creative individuals. Therefore, a distinctive feature of the business organization of late post-industrialism and the new economy is its high socialization. The main goal of a business organization of a new type in relation to a person is not to force him to perform the necessary actions to produce economic benefits, but to organize workers, carriers of a new organizational culture for conscious creative actions [7, p. 3-7].

Focusing on the use of the creative potential of the person, the business organization of a new type uses other, opposing methods and principles of management. The management of a new business organization can be expressed "... with a formula: the leadership of the labour process is replaced by the leadership of the creative process, the management of working individuals is replaced by the management of creative individuals – and this circumstance fully explains those radical changes in the system of organization of activity."

Thus, on the basis of the analyses of creativity, we can formulate a new paradigm for the development of neo-economics: creativity becomes the most significant factor affecting the production of products in economically developed countries because it is capable of implementing the intentions in the process of labour and the creation of capital. And although creativity is immaterial, thanks to new, original ideas, without much additional labour and capital, it can increase production. In addition, this human capacity is an unlimited resource.

This does not mean that creativity itself is an invaluable source or source of the production process. This only means that the number of ideas and ideas based on the platform of modern technological maturity and the base of knowledge accumulated by society is unlimited. In addition, there is a wide range of people who can use these new products. New growth theories will have to take into account this new phenomenon of creativity since the development of a creative economy implies the use of both limited and unlimited resources.

As a result of the development of creativity, the development of a creative economy, which is reflected in the development and information economy and network and economy of knowledge, is today the highest stage in the development of society. The result of the analysis allows us to conclude that the concepts of "innovative economy", "service economy", "information economy", "network economy", "knowledge economy", and "creative economy" are incomplete [8, p. 5-9].

The creative economy is based on the potential of an unlimited source of intellectual capital. Intellectual and creative possibilities of a person are an inexhaustible resource, which has a growing influence on the economic process. This new paradigm, based on unlimited resources, the creative potential of man, refutes the theory of the rarity of economic benefits. Recall the huge success of E-bay – in the short term, it has become one of the richest companies in the world, and the foundation of its success was neither the increase in the quantity and quality of human labour and capital nor the acquisition of new technologies. Language, in this case, was about something fundamentally new. To human resources was added capital, and based on already existing technologies because the most important factor of the company's success was the creative idea of one of its founders. In this case, the main criteria for comparing the considered economic models can be the following characteristics: a factor of production, a product of production, and period of origin and development (Fig. 3).

3. Development of the creative economy

The most recent concepts of post-industrial development are contours of the theory of creative economy, which is based on the creative activity of the individual and is characterized by the growth of creative values in society and the creation of favourable conditions for its realization. Despite the unambiguous definition, there are different theories of identifying the economy as a creative one: according to the branch structure (J. Hawkins), according to the structure of creative professions (R. Florida). J. Hawkins identifies 15 industries that produce a creative product: advertising, design, architecture, decorative art, fashion, film industry, etc. The result of the development of creative industries is an increase in the number of copyrights, patents, trademarks, etc.

R. Florida as a sign to determine the place of a creative economy in the reproduction system resorted to a kind of activity, but not industry. Florida's approach is based on the definition of a creative class, which consists of two subclasses: super-creativity of the core and creative professionals. The first group includes scientists, engineers, poets, artists, actors, designers, architects, and others. Florida's second group refers to "creative professionals" who work in industries such as high technology, finance, law, and healthcare. Unlike the creative class, the super-creativity core not only possesses the necessary qualities but also directly produces creative products and services [7, p. 41-46].

Similar positions are followed by well-known economist C. Landry, who in his work "Creative City" notes that now the basis of urban development are not the classical factors of production, but the creative abilities of people and the creative activity of the environment.

Thus, creativity is the main resource of man and his possibilities. In the information economy, the central resource is information, but today we understand that information can be misused without creativity. Therefore, the creative economy can be identified as the highest level of development of the post-industrial system, which will enable it to compete successfully in a changing global environment.

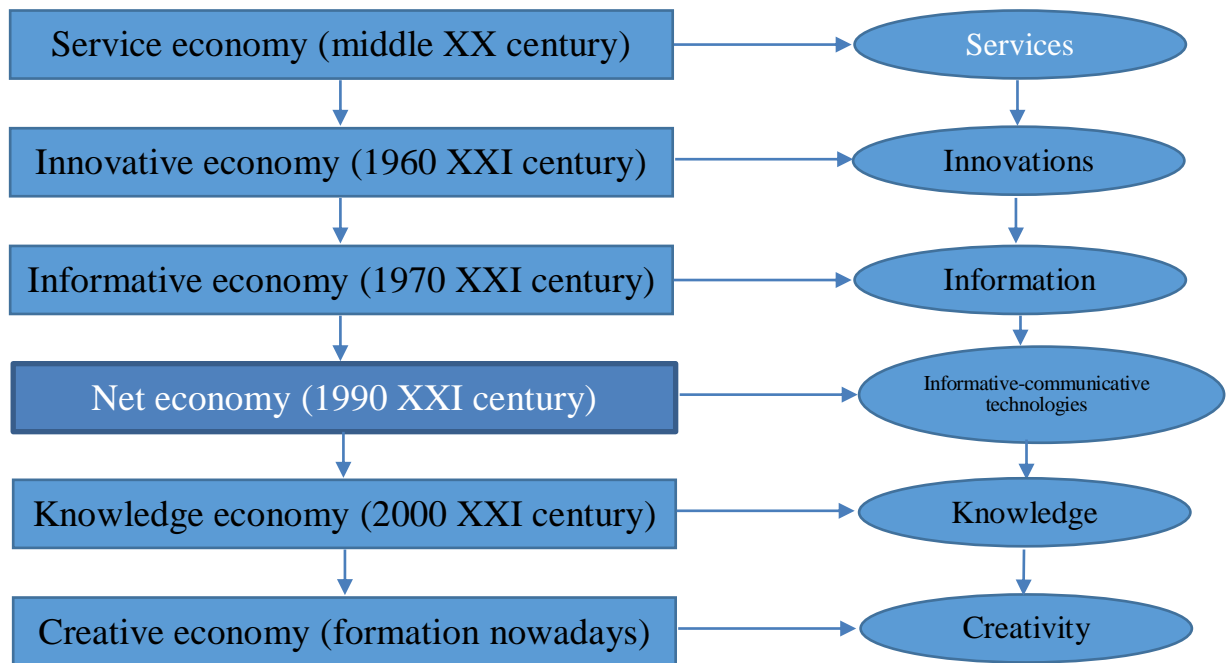


Fig. 3. The scale of the post-industrial phase of development and their main resource

Source: created by the authors on the basis of [9, p. 5-7]

The genesis of the economic models under consideration speaks of the heterogeneity of concepts; however, the separate development of such factors as innovation, knowledge, information, and creative potential has become impossible, which gradually leads to the merging of some elements, forming new economic paradigms. For example, information and information infrastructure becomes the basis for the development of knowledge, and the knowledge economy, in turn, is formed on the basis of the availability of certain human abilities, which, in the presence of favourable conditions, can be transformed into creativity (see Figure 2).

The emergence of a creative economy had a huge impact on the division of people into social groups, or classes, changing the composition of existing classes and creating new ones. I am not the first person to put forward the idea that the economies of developed industrial countries led to the formation of new classes. In the 1960s, Peter Drucker and Fritz Machlup wrote about the strengthening of the economic role of intellectuals. A little later, Daniel Bell singled out a meritocratic class structure that included scientists, engineers, managers, and administrators, resulting from the transition from industrial production to a post-industrial economy. Sociologist Eric Wright wrote a lot about the emergence of the so-called professional and managerial class. Robert Reich coined the term “symbolic analysts” to refer to specialists who work with ideas and symbols. All the experts mentioned drew attention to the economic aspects of the emerging class structure, which is discussed in this book [10, p. 34-38].

Other researchers have focused on the long-term implications of changes in social norms and value systems. At the end of the book “Class”, published in 1983, Paul Fussell singled out many of the qualities that I attribute to the creative class. After an ingenious description of the qualities relating to social status,

according to which a distinction is made, say, between the top of the middle class and the “top of the proletariat”, Fussell mentioned the existence of a growing group X outside the existing categories.

The creative class forms the creative cluster and creative industry (the connection between all the components is mentioned in Table 2). A creative cluster is a community of people with creative potential and the ability to generate innovative ideas and products. Cluster enterprises complement each other, which leads to an increase in effect due to synergy. The concept of creative industry appeared about twenty years ago, it combines the creative and commercial components of the modern economic system. Creative industries belong to the quaternary sector of the economy, based on the generation and dissemination of knowledge and information, as well as economically successful products that have a certain cultural value.

Table 2

**Comparison between the phases of the creative industry,
creative economy, and creative society**

Phase	Creative industry	Creative economy	Creative society
Factor	Culture, art, creativity	Intellectual property, symbolic value	Citizen's right; consumers recognitions
Form	Cultural industry, creative clusters	Creativity as intermediate input factors; build up on the creative industrial chain	Creative city, creative class, creative community
Feature	Creative output	Creative input	Creative spillover
Industry	Key industries	Convergent industries	Branding symbols of industries
Target	To promote creative output	To foster innovations in broader domains	To build creative communities
Policy implication	To improve industry value added; new wealth creation	To transform the economic development model; creative industries as a part of the system of innovations	Consumer as input factors; economic and social co-developed structure with people as the centre; to build up enabling creative environment
Policy focus	To nurture the source of creativity	To build up the soft creative environment for creative transformation and input	Reconfiguration of consumption; educational system and institutional system

Source: created by the authors on the basis of [11, p. 12-15]

Conclusions. Analysing the creative industry, it is necessary to mention that the first attempt to create a map of creative industries was undertaken in the UK in 1998. Then the study showed unexpected results. It turned out that creative industries accounted for 8% of all economic activity, providing jobs for 7-8% of the total employed population. In the production of video games alone, 25,000 people were involved, who generated half a million pounds of annual profits from export sales. And when the study was repeated in 2001, we found out that creative industries not only grow twice as fast as other sectors of the economy but also that they create new jobs twice as fast. In 2003, the Financial Times wrote that the funds received by the national economy from the creative industries exceeded revenues from financial services in London, which had previously been considered the driving force of the UK economy.

At the beginning of the XXI century, the main task of the creative industry is to create and implement a “creative product”. Creative industries produce goods and services, including ideas, which then become resources for the innovation process and other sectors of the economy, both in a scientific and technological sense. Creative industries allow: to generate profits; create new jobs, new industries; promote the growth of traditional products; modernize industrial processes; facilitate the restructuring of production; increase labour productivity and the number of highly qualified human resources, etc.

The emergence of creativity as a defining element of economic life lies at the heart of a continuous process of change. Creativity has received due appreciation due to the increasing recognition of the fact that it is it that is the source of new technologies, new industries, new material goods and other economic advantages. For the same reason, there appeared systems aimed at stimulating and using creativity. As a result, the creative ethos received a response in our life and society. Ethos is defined as the “fundamental spirit, or character, of culture.” It is the commitment to creativity in its various manifestations that forms the deepest spirit of modernity.

Currently, the concept of creativity has increasingly become associated with the ability of the individual in the process of solving emerging problems to find new, non-standard, original, uncopyable approaches based on fundamentally new knowledge, skills, abilities, and competencies. The concept of “creative personality”.

The most famous forms of manifestation of creativity include: innovation – the advancement of fundamentally new ideas, innovations; inventions – the creation of something new, unknown before; discoveries – something newly installed, found. Creativity is manifested in the revitalization of a person’s creative potential, his ability to be creative in generating ideas and solving problem situations. Creativity is also manifested in the ability of the individual to respond correctly and in a timely manner to various innovations.

References:

1. Bechko, P.K. and Lysa, N.V. (2016) Podatkovyj menedzhment [Tax management], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine, pp. 23-24.

2. Varnalij, Z.S. (2017) Shliakhy detinizatsii ekonomiky Ukrainy ta ii osoblyvosti “The ways of shadow economy reducing in Ukraine and its features”, Bankivska sprava, vol. 2, pp. 56–63.
3. Drozdov, A. (2016) Ystoky formirovannya tenevoj ekonomiky na Ukrainy. “Backgrounds of Ukrainian shadow economy formation”, Uchenye zapysy Tavrycheskoho natsionalnoho unyversyteta, Part. 12 – Vol. 1, pp. 51-55.
4. DPA Ukrainy (2015), “Podatkovyj kodeks Ukrainy”, DP IVTs DPA Ukrainy, pp. 240-336.
5. Riabushkyn, B.T. and Churylova, E.Yu. (2013) Metody otsenky tenevoho y neformalnoho sektorov ekonomiky [Methods of the shadow and informal economy sector equated scores], Moscow, Russia, pp. 11-13.
6. Federalnaja sluzhba gosudarstvennoj statistiki (2016), “Dannye Rosstata” available at: <http://www.gks.ru> (Accessed 08.11.2018)
7. Brukynh E. Intellectual capital: Key for success in millennium / Translation with Eng. – St. Petersburg, 2015, page 23-27.
8. Y.A. Varflomeeva. International management aspects of intellectual property // International right. – 2016, № 2, p. 3-7.
9. E.V. Jamaa, M.A. Bendykov. Intellectual capital of the firm, that is developing / Problems Identification and measurement // Management in Russia and abroad. – 2015, № 4, p. 5-9.
10. S.A. Dyatlov. Fundamentals of theory person’s capital. – St. Petersburg: SPbUF, 2018, p. 34-38.
11. I. A. Yvanyuk. Intellectual reproduction of capital in modern marketing systems. – M.: Science, 2016, p. 12-15.

Шедяков В.Е.

*доктор социологических наук, кандидат экономических наук,
независимый исследователь (г. Киев)*

АКТИВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОГЛАСИЯ В РЕШЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ СОЗИДАТЕЛЬНЫХ ЗАДАЧ

Аннотация

Диалектика социально-экономического потенциала и организационно-управленческих средств его развития рассмотрена в историческом и логическом контекстах. Постсовременный продуктивный капитал формируется вокруг творческих возможностей и интеллектуального потенциала человека, их организации и использования. Перенос на уровень автоматов мускульных и энергетических функций повышает ценность собственно творческого потенциала человека. Вместе с тем рост бережного отношения к разномыслию как неременному атрибуту творческого поиска становится важным следствием дальнейшего расширения корзины прав и свобод личности. Место общественной предрасположенности к отчужденному канону и индивидуального порыва к

творчеству заняла общественная потребность в творчестве, дополняемая порой индивидуальной склонностью к бегству от сложностей свободы.

Динамика добровольной деятельности характеризуется неравномерностью, разнонаправленностью, сменой акцентов и баланса возможностей/рисков в череде общественных Сверхпроектов, проецирующих свою силу на жизнедеятельность каждого. Ценностно-смысловые комплексы меняют формы, переформируются без слома сущности, иначе это станет сломом самого культурно-цивилизационного мира, народ становится строительным материалом чуждого мира, уничтожаясь как самостоятельная величина. Со временем происходит выращивание новых средств, освоение новых возможностей, и отнюдь не только технико-технологических, а также социально-экономических и духовно-нравственных, приращение более высокого нравственного порядка средств самореализации и кооперации. Способность к устойчивости и изменению культурно-цивилизационных миров при этом во многом определяется сплетенностью (в частности, под влиянием исторического опыта, социокультурного наследия и ментальных матриц народа) объективных и субъективных факторов структурирования, формирующих разнокачественные обратные связи и отношение к творчеству (индивидуальному и массовому, в труде и управлении). Без восстановления комплексности во включении научных исследований в циклы промышленного воспроизводства нельзя рассчитывать на устойчивый подъем удельного веса научных разработок в конечных продукции и услугах. Органичность изменений требует основываться на собственных закономерностях и особенностях, своих базовых ценностно-смысловых комплексах и традициях, социальных устоях и политических укладах.

Вступление. Важнейшими факторами не только нынешней жизни, но и формирования устойчивых трендов последующего социально-экономического развития становятся мера отражения в проводимых реформах характера перемен, сохранение баланса стратегии, тактики и оператики трансформаций. Между тем уровень стоящих исторических вызовов таков, что открывает простор не только для открытия новых горизонтов, но и для срыва в катастрофические сценарии.

Теоретико-методологическими ресурсными базами исследования стали работы Ж. Алферова, А. Архангельского, А. Ахиезера, А. Ачлея, Д. Белла, У. Бека, Л. Берталанфи, Ф. Броделя, И. Валлерстайна, В. Гееца, Э. Гидденса, А. Горца, Дж. Гэлбрейта, А. Девятова, М. Делягина, И. Джохадзе, В. Дрожжинова, В. Ефимова, А. Зиновьева, Л. Ивашова, Э. Ильенкова, И. Ильина, В. Иноземцева, Д. Калаича, М. Калашникова, С. Караганова, М. Кастельса, В. Катасонова, А. Колганова, Е. Копатько, С. Кравченко, Р. Кравчика, А. Кривули, Я. Кузьминова, С. Кургиняна, Э. Либановой, К. Петрова, В. Полеванова, В. Пякина, В. Сагатовского, Т. Сакайи, А. Салмина, Б. Славина, Е. Спицына, В. Суслова, В. Третьякова, В. Федотовой, А. Фурсова, М. Хазина, А. Харина, Л. Эрхарда.

Цель данной работы – выявление неочевидных организационно-управленческих возможностей обеспечения дальнейшего общественного развития в период форсированных парадигмальных изменений.

1. Социально-экономические ресурсы долгосрочного продуктивного развития

Каждая из парадигм общественного развития несет с собой свои комбинации возможностей и угроз, меняя востребованность ресурсов и влияя на благоприятные и осложненные направления трансформаций. Причем усиление значения тенденций формирования познающего общества становится весомым фактором их трансформаций: бытийное самочувствие трансформируется. На институциональном уровне меняются комбинации обеспечения безопасности и развития [1–6].

Постглобализм как среда осуществления перемен и постмодерн как культура их воплощения имеют свои существенные отличия. Многополюсный и разноскоростной мир, самоценность совершенно отличных друг от друга культурно-цивилизационных миров, нетерпимость к попыткам внешнего диктата и отторжение империалистического культуртрегерства, заведомое невмешательство и добровольность кооперации – все это (и многое другое) приметы кардинальных трансформаций, связанных с усилением постглобального устройства мира, умение жить и развиваться в котором становится приоритетным фактором стратегической конкуренции между культурно-цивилизационными мирами. Все активнее заявляет о себе процесс изменений, которые предусматривают сосуществование, переkreщивание и взаиморезонирование самых разнообразных тенденций развития, среди которых (в отличие от Модерна или же Традиции) ни одна не может претендовать на исключительное значение, которое позволило бы без вреда абстрагироваться от других: исчезают разумные основания ликвидации своего ради чужого, усиливается потенциал эндогенного саморазвития как органичного средства жизнедеятельности [7–12].

Разумеется, некоторые объективные и субъективные основания постглобализма формировались и накапливались давно. Однако их комплексность и ее определяющее значение – явление для ойкумены новое. Характерные черты постглобализма, в частности некоторый изоляционизм и сосредоточенность на решении внутренних проблем жизнеустройства и развития, предпочтение эндогенных вариантов оперирования потенциалом, оживление идеалов накопления внутренних созидательных сил общества, разумного протекционизма и самодостаточности, подталкивает к переоценке геостратегических разграничений (например, и на основе евроскептицизма, роста иных объединений и подходов, трансформации механизмов международного взаимодействия из структур неоимпериализма в формы партнерства).

Постсовременный продуктивный капитал формируется вокруг творческих возможностей и интеллектуального потенциала человека, их организации и использования. Перенос на уровень автоматов мускульных и энергетических

функций повышает ценность собственно творческого потенциала человека. Соответственно, ядро богатства (значит, суть конкурентного противоборства, подготовки и проч.) складывается вокруг способностей человека. Так, с одной стороны, комплекс одаренностей каждого имеет сугубо индивидуальный характер, с другой же, – его нахождение, развитие и использование входит в общественную необходимость. Место общественной предрасположенности к отчужденному канону и индивидуального порыва к творчеству заняла общественная потребность в творчестве, дополняемая порой индивидуальной склонностью к бегству от сложностей свободы. Вместе с тем рост бережного отношения к разномыслию как неперемennom атрибуту творческого поиска становится важным следствием дальнейшего расширения корзины прав и свобод личности. Ценностно-смысловые комплексы меняют формы. Переформируются без слома сущности, иначе это станет сломом самого культурно-цивилизационного мира, народ становится строительным материалом чуждого мира, уничтожаясь как самостоятельная величина. Со временем происходит выращивание новых средств, освоение новых возможностей, и отнюдь не только технико-технологических, а также социально-экономических и духовно-нравственных, приращение более высокого нравственного порядка средств самореализации и кооперации. Способность к устойчивости и изменению культурно-цивилизационных миров при этом во многом определяется сплетенностью (в частности, под влиянием исторического опыта, социокультурного наследия и ментальных матриц народа) объективных и субъективных факторов структурирования, формирующих разнокачественные обратные связи и отношение к творчеству (индивидуальному и массовому, в труде и управлении). Без восстановления комплексности во включении научных исследований в циклы промышленного воспроизводства нельзя рассчитывать на устойчивый подъем удельного веса научных разработок в конечных продукции и услугах. Органичность изменений требует основываться на собственных закономерностях и циклах, породивших особенности политико-экономических укладов, форм человеческого общежития.

Человек, общество, хозяйство – феномены органические, а не механические. Их нельзя пытаться описывать и организовывать исключительно в терминах материальных интересов и рационального эгоистического выбора, а народ часто выступает как самостоятельная недробимая величина с собственными задачами, волей, привычками. Ойкумена по-прежнему сохраняется и развивается силами нравственной саморегуляции, развивающейся из ментальных матриц народа в процессе обретения исторического опыта и освоения социокультурного наследия. Именно моральные стержни через традиции, устои, обычаи создают, организуют и оберегают общество и его историческую субъектность. Но Модерн предоставил широкие возможности личностному выбору. И ныне кто-то меняется, разделяя общераспространенные убеждения, кто-то склонен к самостоятельной интерпретации и (пере)оценке. Вместе с тем соотношение аспектов обеспечения конкурентоспособности каждым из культурно-

цивилизационных миров различно и подвижно. В обществе знания создаются условия, при которых каждый ответственно делает свой выбор и никто никому ничем не обязан; принуждение же расценивается как несправедливое и в конечном итоге неэффективное, что значимо отражается на характере общественных трансформаций и важно для выбора стратегии постмодернизации. Между тем новые и новейшие технико-технологические уклады тесно связаны с качеством общественных отношений. В частности, гуманизированные технологии постсовременности не являются социально нейтральными, уже на стадии проектирования в них сознательно закладывается ориентация на развитие и обогащение культуры. Так, большое значение приобретает влияние именно социокультурной среды на появление и восприятие нововведений техники и экономики. Соответственно, совершенно неправомерно сводить логику изменений в трудовых отношениях исключительно к детерминированию культуры технологическими инновациями. «Принуждение к творчеству» в долговременном плане заведомо неэффективно, порождает имитацию и лукавство. В мире сосуществуют сонмы цивилизаций, социокультурных стилистик, соединенных в культурные миры. Судьбы их определяются силой исходных импульсов, итогами конкуренции, геополитическими обстоятельствами (внешним вызовом, соотношением союзников и противников, др.), качеством управления. Культурно-цивилизационная целостность часто выступает как самостоятельная и недробимая далее социокультурная величина с собственными волей, задачами, привычками. Соответственно, изучение институциональных и ценностных принципов организации разных типов хозяйственных общностей, альтернативных подходов к оценке систем стимулирования позволяет преодолевать жесткий производственный детерминизм, отказываться от анализа и оценки хозяйственных ситуаций и процессов исключительно с позиций прагматичной трактовки безотлагательности пользы, переходить к исследованию поведенческой экономики и общественных отношений с учетом богатой палитры историко-культурных, морально-психологических, религиозно-этических традиций, плюральных моделей персонального и группового выбора.

Именно на индивидуальные, надэгоистичные и другие трансцендентные факторы, объединенные и структурированные Сверхпроектом, часто оказываются решающими на макро- и микроуровне. В наличии воплощение в системе информационных взаимодействий идеального, индивидуалистического понимания человека и общества. Под иллюзией же верховенства потребительских интересов каждого легко заметна жесткая и предельно отчужденная воля «техноструктуры», которая пытается задать индивидам их потребительский (редуцированный к биологии) стереотип. А распад личности до уровня индивида, доминирование биологического над социальным, торжество звериных инстинктов – это, собственно, и есть деградация человека и культурно-цивилизационного мира. Соответственно, прогресс – в восхождении от «человека экономического» к «человеку

творческому». Регресс – в деградации до биологических инстинктов и состояния «экономического животного», «человека умелого», с индивидуальной редукцией до звериных инстинктов и общественной атомизации – стимулируется средой «сумеречного сознания», ориентирующей на потребительство и накопительство, отвергающей сущностные силы человека в пользу фетишизации вещей и капитала. Вместе с тем и прогресс может нести в себе некоторые черты регресса, и наоборот.

При этом полиструктура мирохозяйственных связей как целостность, основанная на выработанных и взаимоприемлемых нормативах отношений, а вовсе не блок из идентичных атомов-элементов, приобретает вид формируемой действительности. При этом ни одна система ценностей в постмодерных моделях развития уже не может рассматриваться как единственно возможная для человечества. Когда нет стабильной внешней опоры в виде общей идеологии, единой культуры, общепризнанной науки, тогда следует быть терпимым ко всему, признавать право на существование непохожего. В этом контексте и само понятие развития нуждается в обновлении: кроме стабильного и сбалансированного роста, оно должно ориентироваться на такие максимы, как солидарность, свобода выбора, убеждений и слова, терпимость. Исчезает понятие периферийной культуры: они равноценны и равноправны. Соответственно, необходимо переходить от привычки к навязыванию глобальных стандартов крайне разнородным культурно-ценностным мирам к ориентации на культивирование собственных условий продуктивности и долговременной стабильности жизнедеятельности. Вместе с тем заведомо должны быть исключены стратегии социально-экономического оздоровления, несущие риски ухудшения качества жизни широких слоев или социально-демографических показателей. Естественно, что именно инновационно-синергетические свойства постмодернистского управления резко усиливают роль игрового характера и социальных сетей в коррекции общественных отношений, в т. ч. на институциональном уровне.

2. Трансформации ресурсно-методологических баз

Человечество переживает смену парадигм своей жизнедеятельности и моделей развития. В частности, если ранее организационно-управленческое искусство проявлялось в наиболее полном освоении «самой передовой» для своего времени модели, то ныне задача – в культивировании «особости» как основы для состязания совершенно различных моделей. При этом парадигмальность трансформаций означает, прежде всего, возможность «обогнать, не догоняя» при использовании и общечеловеческого опыта и особенностей конкретного культурно-цивилизационного мира. Переходный же период – время стратегического маневрирования. Сущность процессов, наполняющих переходный период, связана с противоборством различных вариантов дальнейших изменений, а не только отмиранием прошлых стратегий и рождением грядущих. Важность переходной межпарадигмальности связана, прежде всего, с выходом за пределы «коридора свободы», а

значит, кардинальным ростом диапазона как возможностей, так и рисков. Дрейф ресурсно-методологического диапазона воздействия связан с кардинальным повышением общественной ценности и необходимости творчества каждого (прежде всего, в труде и управлении). Гармоничное основание осуществления разноуровневых интересов может быть рассмотрено в реализации всеобщего – общего – особенного (специфичного) как взаиморезонирования и взаимоукрепления интересов всего общества, отдельного коллектива (группы) и личных (персональных, индивидуальных) без подавления какой-либо из составляющих. Как самостоятельный личный интерес аккумулируется в совокупном интересе личности, представляющем собой личностный срез всех наличествующих интересов (общественных, корпоративных, личных), субъектом которых является индивид в единстве его задатков и способностей. Постмодерн требует имманентности методов исследования и воздействия, их нахождения в самом содержании предмета обществоведения, так что методы развиваются в соответствии с содержанием, применение же их многоуровнево и внеиерархично. Переход к постмодерну серьезно меняет структуры развития; практическая истинность применяемых методологий и абстракций требует переоценки ресурсной базы и вектора перемен. Между тем цивилизации выросли на идеях жесткой утопической социальной инженерии, которые заложены Платоном и Руссо, Марксом и Вольтером и предусматривают, что все полезные институты вроде бы оказываются результатом целеустремленного и осознанного конструирования. Для общества индустриального порой это было нормативно. Другое дело – время глобальной трансформации, прорастания блоков постсовременности, фиксации хозяйственных систем до-, пост- и собственно индустриальных в одном временном пространстве. На передний план выходят процессы, которые жестко не детерминируются принципиально. Ими нельзя управлять вообще. Или регуляция ограничена. Так, при попытках командного управления множатся возникающие социальные отношения, отрицающие результативность многочисленных воплощений однозначных моделей. Однозначность причинно-следственных связей (модель «дерева») давно переросла в модель «куста» (характеризующую социальность, выросшую до многофакторности) и «ризому» стохастического состояния социальности, где сплетены самые причудливые сочетания логики бытия. Практически любая «почка» может стать корнем, узлом нового развития. Однако полная и вполне проявившая себя логика изменений, как и любое завершенное знание, всегда запаздывает, и для выработавшего ее культурно-цивилизационного мира уже не представляет необходимости.

Фактором общественных трансформаций является не обладание потенциалом, а мера его использования. Обеспечение динамики развития требует использования как внутренних, так и внешних факторов и процессов, гибкого задействования контуров самоуправления и координации, соответствующего применения разнокачественных обратных связей в обществе. Эффективность организационно-управленческих форм,

механизмов и отношений испытывается на прочность проходящими кардинальными трансформациями глобального масштаба. Причем группы, комфортно чувствующие себя в прежнем мироустройстве и, соответственно, желающие его сохранить и в стремительно меняющихся условиях, расплачиваются за свои попытки нарастанием губительных рисков и угроз для всей ойкумены. Переход творчества из сугубо индивидуального в социальную плоскость, придание ему массового характера выдвигает совершенно новые требования к качеству как социальной педагогики, так и организационно-управленческой культуры. Адекватность эпохе систем организации и управления трудовыми отношениями, синтез элементов управляемости, самоуправления и неуправляемости – обязательное условие достижения передового, тем более авангардного, уровня промышленности. В частности, широкое привлечение тружеников к участию в управлении опрокидывает и деление на принимающих и исполняющих решения, и многие устоявшиеся когда-то рекомендации тейлоризма.

Динамика добровольной деятельности характеризуется неравномерностью, разнонаправленностью, сменой акцентов и баланса возможностей/рисков в череде общественных Сверхпроектов, проецирующих свою силу на жизнедеятельность каждого. Долгосрочное устойчивое развитие предполагает воспроизводство органичных общественных форм. С одной стороны, попытки «пришпорить» историю могут спровоцировать переход к реализации затратных вариантов существования и роста, при которых достижение результатов оказывается и сопряженным с надрывом производительных сил общества, и становится мимолетным, зачастую вовсе отторгаясь последующим ходом социально-политических процессов. С другой – существуют и возможности оптимизации хода трансформаций, и исторически обусловленные ресурсные базы и методологии воздействия на процессы общественного развития. Изменчивость тех и других испытывает серьезное воздействие со стороны тенденций к усилению постсовременных признаков общественной среды, предоставляя дополнительные шансы для осуществления как позитивных, так и негативных мутаций общественного организма. Комплексное осуществление организационно-управленческого подкрепления творчества предполагает, в первую очередь, доформирование среды творчества, точек его концентрации (например, в кластерной форме научно-образовательно-производственных объединений), систем постоянного обучения (включая переобучение и самообразование) творческой активности, прежде всего в труде и управлении. Соответственно, доминирующая представленность созидателей в органах не только производственного самоуправления, но и всех ветвей власти – необходимость качественного и своевременного принятия необходимых решений и их проведения в жизнь. Спусковые крючки их запуска сопряжены с ценностно-смысловыми комплексами, как индивидуальными, так и социальными [13–17].

Вместе с тем назревшие радикальные изменения общественной среды являются всеобъемлющими; они касаются существа политико-

экономических и социокультурных отношений, образа жизни, геостратегического позиционирования и т. д. Для организационно-управленческих трансформаций также крайне ощутимы перемены в динамике структуры экономики и роли разных уровней принятия и осуществления решений. Особенно усложняются организационно-управленческие формы, механизмы и отношения характером «стабильной нестабильности» и утратой формами чистоты, привычной для культур Традиции и Модерна. Причем текучая природа регулируемых процессов одновременно инициируется как особенностями новонарождающейся общественной среды, так и свойствами форсированного переходного периода. Ойкумена ныне – в процессе реализации открывшегося «коридора свободы». Если ранее человек реализовывался в строгих рамках predetermined рождением жизненной дороги, то сегодня в социальном масштабе свобода выбора в продуцировании смыслов сменила прежнюю свободу от выбора с низведением к животной-вещной репродукции.

Между тем постмодерные децентрация и новый регионализм отнюдь не уничтожают организационно-управленческие задачи и отношения как таковые, однако значительно трансформируют и усложняют их. При этом, с одной стороны, пока еще сохраняют свою мощь многоуровневые наднациональные структуры контроля и связка элит наднационального типа с компрадорскими национальными группами; с другой – для сохранения идентичности и исторической субъектности нарастает необходимость самозащиты культурно-цивилизационных миров.

Соответственно, новые горизонты развития открываются тем государствам, в которых общественное устройство максимально способствует реализации творческого потенциала каждого, где Сверхпроект может консолидировать, структурировать и мобилизовать на решение созидательных задач. Освоение ресурсных баз развития и их комбинирование организационно-управленческим искусством позволяют оптимизировать путь трансформаций. Организационно-управленческая культура предрасполагает к определенному качеству осуществления выбора. Переходный к реализации кардинально новых моделей жизнедеятельности и развития период требует поддержания гармонии не только между экономическим ростом и социальными стандартами жизнедеятельности, но и задачами как укрепления фундамента (в частности, ценностно-смыслового) для будущего, так и сохранения настоящего, что, в частности, выражается в балансе стратегии и тактики, Сверхпроекта и многочисленных малых проектов (результатами которых становятся, например, такие вехи человеческого гения, как первый сверхзвуковой пассажирский самолет, первый искусственный спутник, первое живое существо на орбите, первый космонавт, первая женщина-космонавт, первый многонациональный экипаж на орбите, первый человек в открытом космосе и т. п.). При этом общественный Сверхпроект консолидирует «дух эпохи» и определяет субъектность изменений, а социокультурная общность как целое становится субъектом рефлексивных отбора вариантов и оценки социального поведения.

Внутренняя структура культурно-цивилизационных миров определяется исторической чередой Сверхпроектов, сосредотачивающих в себе сущность их порывов исторического творчества. Причем именно ценностно-смысловые комплексы культурно-цивилизационных миров, переходя в матрицы ментальных кодов народов, влияют на состояние и вектор трансформаций эмоционального интеллекта общества, определяют общественные предпочтения, поведение и исторический выбор. Соответственно, на их основе появляется возможность уточнить модель развития и создать более органичное представление о желаемом. Соответственно, развитие ойкумены – это партнерство и конкуренция Сверхпроектов культурно-цивилизационных миров. Суть Сверхпроекта развития каждого культурно-цивилизационного мира – в общественном понимании в нем справедливости (прежде всего, в реализации равенства и свободы); а его сверхзадача – предоставление адекватных эпохе и среде новых форм и устройства, обеспечивающих ее воплощение. Сверхпроект стимулирует развитие и закрепление желательных трансформаций. Эффективные же организационно-управленческие инновации ориентированы на более полное раскрытие индивидуальной одаренности человека и связаны с гуманизацией механизмов реализации публичных и частных интересов в формах соборности и партнерства вокруг базовых общественных ценностно-смысловых комплексов. Соответственно, для социально-экономического (в частности – хозяйственного) успеха насущным становится переход от превалирования привычек и стереотипов директивного администрирования к гуманизированным практикам и технологиям стимулирования: на индивидуальном уровне – деятельности, на общественном – желательных трансформаций.

3. Организационно-управленческое искусство осуществления парадигмальных изменений

Всякий новый Сверхпроект общественного развития и вырабатывает на основе адекватного эпохе формообразования базовых ценностно-смысловых комплексов нормативный образ жизни и дает возможности просоциального проявления своих дарований каждому, обеспечивая эффект личного участия и ответственности за происходящее. Сверхпроект проявляется общественной средой и локомотивами эпохи, в нашем случае – научно-образовательно-производственными кластерами. Сегодня наиболее острое противоречие – это антагонизм в реализации созданной базы, которая может использоваться либо для радикальной гуманизации жизни в интересах всего живого, либо для эффективного манипулирования, что и проявляется в противостояниях интересов основных масс народа и олигархата. Одним же из острейших противоречий, проявляющихся посредством сонма конфликтов, становится противостояние ценности собственной самобытности (в частности, творческого саморазвития и самоосуществления) и обладания (подчинения, манипулирования). Принадлежность к доминированию каждой из них генерализирует, выстраивает дерево целей – интересов, функционально-

ролевую системность. Применение этих стратегий может быть использовано для успеха и преуспеяния либо своего культурно-цивилизационного мира, либо себя, быть ориентировано на социальные или антисоциальные (и асоциальные) задачи. В любом случае, во-первых, если не иметь и не реализовывать стратегии собственного Сверхпроекта, то превращаешься из субъекта процессов в объект внешнего манипулирования. Во-вторых, обеспечение приемлемого качества жизни населения, хозяйственного успеха и долгосрочного стабильного развития в информационную эру возможно только на основе комплексного подъема и обеспечения условий востребованности научно-образовательного комплекса. Соответственно, его состояние становится и решающим фактором преобразования экономики и общества: на первый план выходит состязание в получении доступа к критическим ресурсам жизнеобеспечения развития и технологиям их использования в экономике культурно-цивилизационных миров, включая контроль над миграцией экономически активного населения (особенно носителей интеллектуально-творческого потенциала, прежде всего ученых, изобретателей, одаренных студентов), качеством и доступностью образования, трансфертом инноваций и проч. Вместе с тем расширилась возможность, живя на одной территории, обслуживать своей деятельностью интересы иной. Собственно, поиск, выдвижение и поддержание Сверхпроекта развития своего культурно-цивилизационного мира в соответствии с логикой истории и возможностями ее применения в конкретном контексте, обеспечение приоритета ключевых направлений – это и составляет основное содержание деятельности элиты. Причем никакая группа топ-менеджеров не может быть «независимыми демиургами», а с каждой новой контролирующей инстанцией дополнительно мультиплицируются общественные отношения, в свою очередь, выходящие из-под контроля. А для предохранения от саморазрушительных и губительных для мира сил интеллектоемкие формы материального и духовного производства должны прочно покоиться на фундаменте нравственности. И важным фактором становления социокультурного простора является Сверхпроект развития, рождающий чувство сопричастности и гордости за совместные общественные свершения, а также позволяющий как найти свое место в нем, так и осуществлять развитие своих сущностных сил. При этом, например, даже ради высоких социальных стандартов (тем более узкокорыстных интересов некоторых групп) нельзя подрывать потенциал сверхзадачи, прорыва к развитию в дальнейшем. Люди должны получить условия для достойной жизни и самореализации, чтобы не ориентироваться на отъезд вовне, а связывать свое будущее со своей страной. Вместе с тем защита жизни – это не просто повышение комплекса гарантий по обеспечению корзины экономических, социальных, политических, экологических прав человека, но и расширение поля возможностей развития и реализации каждым в общественно приемлемых формах. Для этого необходим подъем разнообразия во всем, дающий возможность самореализации как внутри, так и вовне – в условиях разных коллективов, населенных пунктов и регионов.

Однако движения обособления наиболее благополучных регионов происходят под жупелом обособления анклава благополучия и вытягивания для него потенциала остального мира. Для прочих же – ассоциируются с задачами упрочения самозащиты и развития.

Активная роль государства в поддержании общественной гармонии проявляется не только в обеспечении безопасности своего культурно-цивилизационного мира, но и, в частности, в таких эффективных средствах его обеспечения и развития, как формирование и направление Сверхпроекта. Наличие органичного комплекса общественных регуляторов – условие прогресса, усложнение этих регуляторов – признак прогресса, необходимость соответствия управляющей системы управляемой целостности. Более того, чем более соответствующим конкретике становится решение, тем более богатый арсенал возможностей оно открывает. Чем больше оснований у региона и общества, чем более сложной является внутренняя структура, тем она более устойчива в периоды и относительной стабильности, и форсированных изменений, тем более способна к развитию. Резкое углубление системного кризиса, в глобальном масштабе охватившее политико-экономическую и культурно-цивилизационную целостность, вывело в ядро главного внутреннего противоречия столкновение интересов компрадорского олигархата (часто – под либерал-националистическими лозунгами) и народов в определении ведущей направленности комплекса вопросов трансформаций государства, науки, промышленности, технологий и коммуникаций, права, образования, социальной сферы, политической идеологии и психологии. Заканчивается сама «жизнь» данной разновидности организации общественного организма, предполагающая паразитирование на внешних ресурсах «колоний» и подчинении рынков: прежде всего, сырья, творческой активности, связанного, потребительских. Продление агонии этой политико-экономической целостности обходится человечеству масштабными потерями не только упущенных возможностей развития, но и формированием «дерева противоречий» между богатыми и бедными (людьми, слоями и регионами), сверхпотребляющими/стяжающими и недоедающими/терпящими лишения и нехватку инвестиций и т. д. Причем порыв в удобствах и комфорте одних прямо предполагает паразитирование на бедственном положении других. Антагонизмы провели повсеместное разделение, затронув и проблемы накопления и утилизации отходов, и состояние стандартов и качества жизни, и возможности творчества, и социально-экономические предпосылки демографического кризиса и проч. – вплоть до многократной угрозы уничтожения цивилизации и скатывания в диктатуру одной страны (организации, корпорации и т. п.). Соответственно, мир стоит перед общей задачей гармонизации общественного порядка и выращивания новой реальности на более справедливых началах, позволяющих сочетание максимального роста прав (от краеугольного права на жизнь, на ее достойное человека качество, на обеспечение равнодоступности условий до полной корзины социальных, экономических, политических, экологических и др.) каждого с патриотизмом. При этом надо

учиться изменять ситуацию к лучшему без измены себе, своему культурно-цивилизационному миру и человечеству, трансформироваться без предательства прошлого, настоящего и будущего. Для выхода из нынешнего тупика необходимо культивирование общественной организации как структуры для каждого из людей, аккумулирующей черты природоподобия и новые рубежи киберсоциализации, обеспечивающей сплав развитого общественного мнения с критичностью индивидуальных оценок и высокой степенью гражданской творческой активности (прежде всего, на основе посильного участия каждого в системообразующих отношениях труда, собственности и управления). Для адекватного развития образа и мысли, и действия требуется не только широкая фундаментальная образовательная программа, но и выработка у каждого привычки к сознательному ответственному выбору и разумной инициативе. Моделирование будущего и программирование соответствующих политико-экономических процессов должны и опираться на базовые ценностно-смысловые комплексы культурно-цивилизационного мира, и облекать их в новые формы, органично присущие народам в изменившихся условиях [18–27].

Одновременно в многообразии способностей подъем роли структур «общества знания» акцентирует их интеллектуальную часть, в частности деятельность по поиску, привлечению, распределению, развитию, мотивированию и т. п. духовно (в частности, умственно) одаренных. Сейчас важны как наличие стимулирующей эту деятельность среды, так и формирование кластеров ее концентрации (например, в форме научно-образовательно-производственных комплексов, генетически близких ранее созданным НПО). Создание общественной среды, благоприятной для перемен, требует учета и развития гармонии взаиморезонирования индивидуальных, коллективно-групповых и общественных интересов, поддержки форм личностного и массового творчества. А вот совершенствование использования природных ресурсов (в частности, агроцикла), транзитного положения и т. д., будучи неотъемлемым компонентом развития, при построении человечеством «умного общества» не может ни иметь генерализирующего значения, ни обеспечивать экономический суверенитет. При этом аккультурация/социализация формирует две альтернативные стратегии: борьбы либо за свою цивилизацию, либо за себя (с присоединением к ценностям и смыслам наиболее успешной в данный период истории). Одним из важнейших измерений прогресса человечества становится мера общественной востребованности реализации глубоко индивидуальной комбинации сущностных сил каждого, соотношение внешнего принуждения и внутреннего побуждения конкретных форм их проявления. Вообще социально-политический регресс – индивидуальная редукция до звериных инстинктов и общественная атомизация – стимулируются средой «сумеречного сознания», ориентирующей на потребительство и накопительство, отвергающей сущностные силы человека в пользу фетишизации вещей и капитала. Однако человечество уже исчерпывает

потенциал прежнего типа развития, базировавшегося на стремлении к безграничному хозяйственному экстенсивному росту, требовавшего повышения неравномерности социальных возможностей, экспансии на новые рынки и, следовательно, постоянства потребительского угара и военных авантур. Вместе с тем, уперевшись в непреодолимую преграду угрозы всему живому от устаревающих стратегий, человечество и вынуждено и имеет все необходимое, чтобы переходить к акценту на интеллектоемкие экологичные естественно-природные технологии с приоритетом уважения к окружающей среде и гуманизации общества.

Природа же рефлексивного понимания и управления требует внимания и учета качеств не только объективной, но и субъективной составляющей исторического процесса, в частности деятельных участников и возможных актива и пассива перемен, союзников и противников, их структурной и функциональной определенности. Безопасность и развитие общества обеспечиваются функционированием контуров координации и самоуправления, системность которых предопределяет характер и качество ответов социальной целостности на внутренние и внешние вызовы. При этом децентрация управления как соответствующая процессам нарастания диффузии знаний, умений и навыков повышает устойчивость не только системы управления, но и всей общественной целостности, вызывая активизацию иммунных сил социального организма. А это остро необходимо: экономическая конкуренция втягивает в себя все виды международных экономических отношений, подчиняя своим задачам как собственно экономические, так и внеэкономические ресурсы. Разумеется, как всегда, сосуществуют внутри- и межотраслевая конкуренция (внутри- и межвидовая борьба за выживание), так складываются и разные уровни взаимодействия (партнерства/кооперации и состязания/конкуренции) между культурно-цивилизационными мирами. Ныне же произошедшая глобализация социально-экономического пространства кардинально меняет уровень присутствия интернациональных норм, подходов, тенденций в жизнедеятельности каждого. Теперь уже нельзя охарактеризовать международные отношения как вторичные, производные и т. п., что делалось еще не так давно. Вместе с тем сам характер воздействия со стороны мировой экономики может быть различным, а определяющими могут оказаться разные его свойства. Между тем пространство ойкумены покрыто культурно-цивилизационными мирами неравномерно. Есть зоны различной плотности, ядра и полупериферии/периферии, переходные, диффузные и т. п. Да и проживают свои жизненные циклы культурно-цивилизационные миры отнюдь не синхронно. Вместе с тем именно в период форсированных преобразований определяется, будут ли накопленные условия подчинены задачам формирования общества (соответственно культуры, экономики, государства и т. д.) общего блага или же станут постглобальными механизмами компрадорской олигархии (при сочетании космополитизма с национализмом, международных и региональных средств массового манипулирования, формальности

апелляции к народным интересам при реальности их игнорирования и проч.). Между тем для достижения свободы необходимо становление ответственности и самодисциплины/самоограничения. Человек, полностью разложимый на производителя и потребителя, отчужденный как от деятельности, так и от жизни. Противопоставление производства – потребления, времени труда и досуга – преодолевается свободой творческого самовоплощения (прежде всего, в труде и управлении). Так, в творчестве и необходимость становится подчиненным элементом развития и реализации. Одним из острейших противоречий, проявляющихся посредством сонма конфликтов, становится противостояние ценности собственной самобытности (в частности, творческого саморазвития и самоосуществления) и обладания/стяжательства или же потребительства (подчинения и/или господства). При этом манипулирующие и манипулируемые взаимонеобходимы и взаимодополняемы, равно противостоя организации свободных личностей. Принадлежность к доминированию каждой из них генерализирует, выстраивает дерево целей – интересов, функционально-ролевую системность. Манипулирование так же неотъемлемо от отношений отчуждения – присвоения, как ценность самодетельности от свободного творческого освоения своих сущностных сил (на личностно-индивидуальном уровне) и саморазвертывания мира. При этом интерес «шире» цели в том смысле, что зиждется и на бессознательных, иррациональных мотивах, которые в дальнейшем получают рационализацию и легализацию в дереве целей. Но и формирование интересов происходит в решении практико-теоретических задач под воздействием Идеала, Мечты, фиксируемых целостностью ценностно-смысловых комплексов в структуре мировоззрения.

Соответственно, преодоление препятствий – неотъемлемый элемент развития личности и общества. Развертывание потенциала происходит в решении задач, в т. ч. победе над разнообразными сложностями. Духовное, душевное и интеллектуальное напряжение, их эмоциональное и рациональное измерения – элементы не только психического становления отдельного человека, но и социокультурного основания конкуренции культурно-цивилизационных миров. Соответственно, разрыв в уровнях их развития таит опасности для цивилизации и отдельного человека. Одновременно духовное творчество как неотъемлемая определенность духовного производства оказывается крайне чутким к отчуждающим человеческую личность факторам. Навязывание идеалов «экстремального комфорта» на основе ценностно-смысловых комплексов вокруг эмансипации звериных инстинктов, тяги к праздности и развлечениям либо стяжательству/накопительству, подмена трудностей развития на иллюзию жизни губительны не только для человека, но и для конкретного культурно-цивилизационного мира. Речь идет, прежде всего, о преодолении «холодного», «объективированного» администрирования на основе азов фордизма. Напротив, формирование условий дальнейшего развития социального партнерства, производственной демократии, гибкого рабочего

времени и т. п. естественно дополняемо демократизацией и диффузией отношений собственности. Разумеется, втягивание в процессы творчества (в частности, в труде и управлении) требует постоянства обучения, в т. ч. переобучения, самообразования как на профессиональном, так и на общеметодологическом уровне грамотности; калейдоскопа тренингов для этих целей совершенно недостаточно.

Ныне приоритетами стратегического управления становятся очеловечивание общественной жизни и создание социальных условий свободы и творчества для наиболее полного осуществления и развития глубоко индивидуального комплекса одаренности каждого. Глубоко личностный характер одаренности отражается в интегральных качествах материального и духовного производства, в ассоциации и кооперации деятельности по созданию и распространению предметов культуры, навыков и знаний. Общественно полезное раскрытие научно-интеллектуального потенциала предполагает наличие и развитие его ценностного основания. Стимулирование использования способностей персонала требует усиления гуманизации социально-экономических отношений как направления интеллектуализации воспроизводства.

С выходом информационного полилога на авансцену взаимодействия культурно-цивилизационных миров в условиях глобализации и формирования технологий смещения как восприятия реальности общественным и индивидуальным сознанием, так и самой реальности в нужном направлении за счет стимулирования желательных трансформаций для обеспечения позиций требуется возможность как качественного доступа к нужной информации, так и защиты от негативных информационных воздействий. И базирующиеся на фундаментальных уровнях человеческой личности, тесно связанных с ценностно-смысловыми комплексами, механизмы и социальные мотивирующие технологии «мягкой» силы и гибкого управления открывают дополнительные возможности, ликвидируя определенные ограничения в продуктивной работе с реальностью при организации межсистемных информационных потоков: если жесткая сила основана на принуждении, то мягкая – на формировании привлекательного для объекта влияния образа желаемых перемен. Эффективное разворачивание этого инструментария в складывающихся условиях предполагает научно-практическое применение исследований по вопросам постсовременных трансформаций экономики и общества, рефлексивного управления, путей стимулирования изменений, а также модернизацию информационной инфраструктуры. Восприятие и интерпретация вариантов происходящего, прошлого и будущего историчны. Духовное подвижничество при этом отливается в организационно-управленческих формах, соответствующих логике общественных процессов. Состояние рефлексии и субъектности в каждый момент существенно зависит от налаженности и органичности обратных связей. Преданность будущему вовсе и не отрицает завоеваний прошлого. Так, при опоре на базовые ценностно-смысловые комплексы

своего культурно-цивилизационного мира реформа становится жизненным принципом, не отвергающим исторический опыт и жизненный уклад.

Кардинальное переструктурирование глобального мироустройства уже преодолело свою «точку невозврата». Стали вполне заметны не только основные варианты решений, но и главные черты нового устройства международной архитектоники, тесно связанные с характеристиками внутренних трансформаций. И повышение эффективности использования каждым субъектом международных экономических отношений своего потенциала, высвобождение преимуществ и компенсации недостатков/уязвимостей предполагают сознательность и скоординированность усилий. Формирование общественно ответственного бизнеса закономерно ускоряется при этом культивированием адекватных социально-политических институтов. Развитие комплекса прав и свобод каждого: социальных, экономических, политических, экологических и др. тесно связано с обеспечением народного суверенитета и построением государства общего блага при повышении для каждого уровня социально-экономических гарантий жизни и творчества. Обеспечение суверенитета требует актуализации ресурсно-методологических баз эндогенного развития и акцентирования новейших технико-технологических укладов глубокой переработки при повышении веса интеллектоемкого творчества. Следовательно, органичные для общественного уклада жизни формы сочетания природободобия и освоения новых рубежей киберсоциализации необходимо культивировать при стимулировании сырьевого ввоза и экспорта готовой продукции с соответствующей направленностью организационно-управленческих форм (включая внешние альянсы).

Выводы. Как известно, у эпох разные камертоны. Священные идеи человечества получают исторически разные формы воплощения. И с изменением условий выживает тот, кто готов и сможет использовать новые тенденции в свою пользу. Формирование экономики познающего общества требует акцентирования методов стимулирования как индивидуального поведения, так и желательных общественных изменений в качестве основного ресурса организационно-управленческих отношений. Времена сжатых трансформаций, форсированных изменений включают осуществление кардинальных, парадигмальных скачков. Не сумевшие сформировать свои «почки роста» могут превратиться в резервации архаических социально-экономических укладов и зоны опосредованных конфликтов. Оптимизация дальнейших трансформаций требует безотлагательного создания концепции будущего, позволяющей каждому найти место в его строительстве, мобилизующей и вдохновляющей на жизнь и творчество. Это значит, что предстоит ответственно и сознательно сформулировать ответы на вопросы: «Что вырастает? Как будет осуществляться переход? За чей счет? В чьих интересах? Каковы комбинации рисков и возможностей, открываемые разными путями?». Соответственно, стратегическая проблема периода форсированных трансформаций – создание и защита своего Сверхпроекта, позволяющего

сплотить народ, обеспечить идентичность и эффективность в новых реалиях. Вместе с тем именно в период форсированных преобразований определяется, будут ли накопленные условия направлены на решение задач формирования общества (соответственно, культуры, экономики, государства и т. д.) общего блага или же станут постглобальными механизмами компрадорской олигархии (при сочетании космополитизма с национализмом, международных и региональных средств массового манипулирования, формальности апелляции к народным интересам при реальности их игнорирования и проч.). Для познающего общества базой стабильного подъема может быть только выделение прорывных научно-образовательно-производственных циклов, объединенных в кластеры развития. Сейчас человечество вошло в очередной период открытия для себя новых горизонтов жизнеустройства, механизмов обеспечения безопасности и развития ойкумены. Все активнее заявляет о себе процесс изменений, предусматривающих сосуществование, перекрещивание и взаиморезонирование самых разнообразных тенденций развития, среди которых (в отличие от культуры общества Модерна или же Традиции) ни одна не может претендовать на исключительное значение, что позволило бы без вреда абстрагироваться от прочих. Никто не имеет уникальных прав, но каждый самоценен. При этом, с одной стороны, альтернативы слишком радикальны, с другой – и слабые воздействия в точке бифуркации могут стать решающими. Основная проблема: отделение незаменимого и заменяемо-волнообразного, уникального и стандартного – в стратегии, тактике и оператике преобразований. Осуществление форсированных изменений регуляторного курса как важнейшее условие использования особенностей постглобального характера и переходного состояния социально-экономических целостностей требует комплексного пересмотра целевых приоритетов и навыков общества, в частности его топ-менеджеров и экспертного сообщества. При переходе к постсовременности возрастает роль факторов недирективных, «тихих», а информационная конкуренция, в свою очередь, выступает определяющим результатом условием диалога культурно-цивилизационных миров. Дальнейшее развертывание институционализированных и неинституционализированных социально-экономических форм предполагает поддержку как общественной среды желательных перемен, так и точек концентрации положительных трансформаций (для условий перехода к экономике познающего общества таковыми, очевидно, выступают в первую очередь научно-образовательно-производственные кластеры, близкие по своей сути существовавшим НПО). Для отхода от катастрофических опасностей и возвращения к социально-экономическим путям движения в органичное структурирование общества необходимо стимулирование удачных инноваций, сохраняющих базовые ценностно-смысловые комплексы культурно-цивилизационных миров, их социальные устои и политический уклад, но ведущих в более гармоничное будущее.

Список использованных источников:

1. Егоров И.А. Логика экономического процесса: социоэкономический синтез. *Мировая экономика и международные отношения*. 2004. № 4. С. 27–36.
2. Шедяков В. Система світогосподарських зв'язків переживає стан, близький до інституціональної невизначеності. *Економіст*. 2015. № 9. С. 1–3.
3. Шедяков В.Е. Взаимосвязь фундаментального и актуального уровней в осуществлении устойчивого социально-экономического развития. *Розвиток економіки України: трансформації та інновації* : у 2-х т. / заг. ред. О.Л. Гальцової. Запоріжжя : Гельветика, 2017. Т. 2. С. 34–48.
4. Шедяков В.Е. Гармонизация индивидуального и социального в становлении общества знания. *European vector of contemporary psychology, pedagogy and social sciences: the experience of Ukraine and the Republic of Poland* / ed. board: M. Kiedrowska, A. Erechemla, T. Branecki. Sandomierz: Baltija Publishing, 2018. Vol. 3. P. 446–470.
5. Шедяков В.Е. Ценностные основания национальных моделей социально-экономического развития. *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine* / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce : Baltija Publishing, 2016. Vol. 2. P. 164–190.
6. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. Москва : Логос, 2010. 248 с.
7. Kurth J. Toward the Postmodern World. *Dialogue*. 1993. № 2. P. 8–13.
8. Шедяков В.Е. Постглобализм как социально-экономическое явление. *Pyxes*. 2016. № 4(3). С. 104–114.
9. Шедяков В.Е. Возможности и риски эпохи: научно-исследовательская рефлексия – рефлексивное управление – рефлексивная модернизация. *Management of modern socio-economic systems* / ed. by J. Žukovskis, K. Shaposhnykov. Kaunas: Baltija Publishing, 2017. Vol. I. P. 201–218.
10. Шедяков В.Е. Сочетание распространения предприятий передовых технико-технологических укладов с осуществлением развития массовых производств – основа экономической самостоятельности. *Modern Economic Research: Theory, Methodology, Strategy* : proceedings of the International Scientific Conference. Kielce, 2018. Part I. P. 77–79.
11. Шедяков В.Е. Интеллектоемкость и нравственность как атрибуты экономики, основанной на знаниях. *National Economic Development and Modernization: experience of Poland and prospects for Ukraine* / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce : Baltija Publishing, 2017. Vol. I. P. 283–294.
12. Шедяков В.Е. Развитие и реализация научно-интеллектуального потенциала в осуществлении стратегической конкуренции. *Innovative development of the economy: global trends and national feature* / ed. by J. Žukovskis, K. Shaposhnykov. Kaunas : Baltija Publishing, 2018. С. 394–406.
13. Новый формат стратегії і тактики соціально-економічного розвитку України: людина, громада, держава / І.К. Бондарта ін. Київ : Корпорація, 2005. 383 с.
14. Шедяков В.Е. Организационно-управленческие ресурсно-методологические возможности обеспечения конкурентоспособности. *Theoretical and practical aspects of the development of modern science: the experience of countries of Europe and prospects for Ukraine* / scient. ed. & project dir. A. Jankovska. Riga : Baltija Publishing, 2018. P. 495–517.
15. Шедяков В.Е. Эффективное управление сквозь призму создания умной экономики. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2016. Т. 21. Вип. 7/49. Ч. 2. С. 18–22.
16. Шедяков В.Е. Трансформации при становлении «умного общества»: циклы, управляемость, субъектность. *From the Baltic to the Black Sea Region: the national models of economic systems* : proceedings of the International Scientific-Practical Conference. Riga, 2016. P. 14–17.

17. Шедяков В.Е. Место государства в осуществлении постсовременной модернизации. *Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World* : proceedings of the International Scientific Conference. Lisbon, 2017. Part I. P. 66–68.
18. Shedyakov V. Social partnership in the system of organization of the social environment of effective competitiveness management. *Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities* / ed. by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko. Przeworsk : WSSG, 2019. Vol. 2. P. 222–239.
19. Шедяков В.Є. Продуктивні основи поєднання ресурсно-методологічних баз соціально-економічного саморозвитку і стратегічного управління. *Моделювання та інформатизація соціально-економічного розвитку України*. 2017. № 1(3). С. 11–25.
20. Шедяков В.Е. Ресурсно-методологические базы геостратегического переформирования. *Politicus*. 2017. Вип. 3. С. 112–118.
21. Шедяков В.Е. Политико-экономическая стратегия форсированных трансформаций. *Strategies for Economic Development: The experience of Poland and the prospects of Ukraine* / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce: Baltija Publishing, 2018. Vol. I. P. 287–303.
22. Шедяков В.Е. Осуществление парадигмальных трансформаций: сорезонирование стратегии, тактики и оперативного искусства в управленческих композициях. *Development and modernization of social sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine* / Maria Curie-Sklodowska University. Lublin : Baltija Publishing, 2017. P. 282–307.
23. Шедяков В.Е. Управление стратегическими трансформациями: возможности и ограничения. *Economy without borders: Integration, Innovation, Cross-border cooperation* : proceedings of the International Scientific Conference. Kaunas, 2016. P. 246–248.
24. Шедяков В.Є. Стратегічна культура проведення трансформацій: можливості та загрози. *Розвиток економіки України під впливом економічних, соціальних, технологічних та екологічних трендів* / за ред. М.С. Пашкевич, Ж.К. Нестеренко. Дніпро : НГУ, 2015. С. 30–41.
25. Шедяков В.Е. Создание привлекательных условий жизни и благоприятных для творчества предпосылок – цель и условие долгосрочного эндогенного социально-экономического развития при формировании «умного общества». *The Development of International Competitiveness: State, Region, Enterprise* : proceedings of the International Scientific Conference. Lisbon, 2016. Part II. P. 34–36.
26. Шедяков В.Е. Состояние и динамика человеческого капитала – показатель качества правительственного курса и фактор конкуренции между культурно-цивилизационными мирами. *Modernization of socio-economic systems: the new economic conditions* : proceedings of the International Scientific Conference. Kielce, 2016. Part II. P. 111–113.
27. Шедяков В.Е. Сочетание распространения предприятий передовых технико-технологических укладов с осуществлением развития массовых производств – основа экономической самостоятельности. *Modern Economic Research: Theory, Methodology, Strategy* : proceedings of the International Scientific Conference. Kielce, 2018. Part I. P. 77–79.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Анотація

У країнах із потужною економікою державне втручання мінімальне, а з більш слабкою економікою – підвищена увага до туристичної галузі. У багатьох країнах світу розробляються державні програми щодо стимулювання туризму, які передбачають пільги, субсидії, пом'якшення умов для інвесторів, вигідні відсоткові ставки, гарантії тощо. Розвиток галузі туризму в Україні безпосередньо залежить від багатьох секторів економіки, тому туризм розглядають як одну з провідних галузей у сфері структурної перебудови економіки. Як свідчать офіційні дані, за останні роки спостерігається значне зменшення іноземних туристичних потоків. Це пов'язано з політичною кризою, економічною нестабільністю, тривалим процесом антитерористичної операції, нестачею якісного маркетингового просування туристичного потенціалу міст і регіонів. А також існує негативна тенденція використання України як транзитної території для подорожі в інші країни. У статті вдосконалено механізм підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України.

Вступ. У ринковій економіці конкуренція є «природним» регулятором суспільного виробництва. Інтеграція України, розвиток реформ, вихід країни на міжнародні ринки – усе це посилює боротьбу в туристичній галузі. Для досягнення конкурентоспроможності туристичного ринку України дуже важливим завданням є формування конкурентного середовища країни. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність – це пріоритетна умова розвитку галузі, першочергова умова існування ринку. Для формування конкурентоспроможного туристичного ринку в Україні, поліпшення якості послуг і прибутковості туристичних підприємств конкуренція є необхідною й головною умовою для функціонування галузі. Актуальність проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності галузі в Україні зумовлена тим, що Україна займає далеко не перше місце, але має великий потенціал для розвитку галузі.

Індустрія туризму є одним із ключових і стабільних видів економічної діяльності, а забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності туристичної галузі постає як першочергове та стратегічне завдання. «На фоні багатьох європейських країн туристична галузь України перебуває лише на стадії формування, що визначає невисоку ступінь її конкурентоспроможності на світовому ринку. Важливість удосконалення туристичної індустрії в Україні через використання стратегічних конкурентних переваг та

рекреаційного потенціалу зумовлює актуальність та необхідність побудови дієвого механізму перетворення туристичного бізнесу та підвищення ефективності стратегії розвитку туризму» [1].

В економіці України туристична індустрія стає все більш «детермінантною», але за темпами свого розвитку знаходиться на найнижчих світових рейтингах конкурентоспроможності галузі.

1. Рівень забезпеченості туристичної галузі України

Починаючи з 2007 р. Індекс конкурентоспроможності туризму (далі – ТТСІ) вимірює «сукупність факторів та стратегій щодо конкурентоспроможності країни». Цей індекс був розроблений у контексті Індустріальної програми Всесвітнього економічного форуму для авіації, подорожей та туризму та в тісному співробітництві з нашими партнерами.

Сьогодні показники конкурентоспроможності туристичної галузі, що характеризують розвиток туризму в Україні, поділяються на абсолютні величини, а для їх обчислення потрібні облікові показники, які проводяться у формі державної статистичної звітності. Як свідчать офіційні дані, за останні роки спостерігається значне зменшення іноземних туристичних потоків (табл. 1).

Таблиця 1

Показники розвитку туристичної галузі України за 2005–2017 рр., осіб

Показники	Роки								
	2005	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кількість громадян, які виїжджали за кордон ²	16453704	17180034	19773143	21432836	23761287	22437671	23141646	24668233	26437413
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну ²	17630760	21203327	21415296	23012823	24671227	12711507	12428286	13333096	14229642
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності ³	1825649	2280757	2199977	3000696	3454316	2425089	2019576	2549606	2806426
у тому числі									
іноземні туристи	326389	335835	234271	270064	232311	17070	15159	35071	39605

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
туристи- громадяни, які виї- жджали за кордон	566942	1295623	1250068	1956662	2519390	2085273	1647390	2060974	2289854
внутрішні туристи	932318	649299	715638	773970	702615	322746	357027	453561	476967

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

² Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордон-служби України).

³ 2000–2010 рр. – за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 р. – за даними Держстату.

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

Аналізуючи показники табл. 1, можна побачити, що результатом виконання програми розвитку туризму на Україні стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними.

На рис. 1 представлено динаміку туристичних потоків України за період 2005–2017 рр.



2014–2017 рр. – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Рис. 1. Динаміка туристичних потоків України за 2005–2017 рр., осіб

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

Аналіз даних рис. 1 указує на невтішну тенденцію щодо сальдо туристичних потоків в Україні. «Це пов'язано з політичною кризою, економічною нестабільністю, тривалим процесом бойових дій, нестачею якісного маркетингового просування туристичного потенціалу міст і регіонів. Ще одна негативна тенденція – це використання України як транзитної території для подорожі в інші країни. Проте все частіше в Україну іноземці їдуть заради медичного туризму – низькі ціни, якісні послуги в приватних лікарнях, санаторіях» [3]. Хоча з 2014 р. зростає показник щодо кількості відвідувань іноземними туристами України. Це можна пояснити передусім соціально-економічними чинниками: ухваленням стратегії щодо подорожей і туризму, розвитком державно-приватного партнерства, розширенням пакету соціальних гарантій тощо. Треба зауважити, що залишається безліч питань щодо поліпшення цієї позитивної тенденції. Україна згідно з ТТСІ, у 2017 р. посіла 88-е місце (табл. 2).

Таблиця 2

Місце України за основними показниками ТТСІ за 2007–2017 рр.

2007 р.		2017 р.		Зміна відносно 2007 р., (+,-)
місце	оцінка	місце	оцінка	
Індекс туристичної конкурентоспроможності				
90	3,89	88	3,5	-10
Пріоритезація подорожей і туризму				
90	3,25	90	4,29	0
Інфраструктура туристичних послуг				
75	2,66	71	4,0	+4
Цінова конкурентоспроможність				
37	4,89	45	5,19	-8

Джерело: узагальнено автором за даними [4]

Можна зробити висновки, що якщо низькі позиції можна віднести до зовнішніх чинників (низький вплив) та пояснити нестабільною політичною ситуацією, то показник «Природні ресурси» можна віднести до внутрішніх чинників, які корегуються завдяки плідній роботі відповідних органів сфери туризму.

«Кількість відвідувань України в 2017 р. іноземцями зросла на 896 тис. осіб порівняно з 2016 р. Всього у 2017 р. Україну відвідало 14,2 млн. іноземних громадян, що на 6,7% більше показника 2016 р. ТОП-10 країн-лідерів за кількістю відвідувачів України в черговий раз залишається незмінним» (рис. 2) [3; 6].

Найбільше іноземних громадян прибуває з Молдови, Білорусі (майже на 50%) і Російської Федерації. Чисельність громадян із Польщі й Угорщини, які здійснювали туристичні поїздки в Україну в 2017 р. зменшилася на 4% і 16% відносно 2016 р. За кількістю візитів Румунія і Словаччина займають

шосте і сьоме місця. У результаті спільних домовленостей між Україною і Туреччиною у 2016 р. (громадяни Туреччини можуть подорожувати в Україну без візи на термін до 90 днів протягом 180-денного періоду з моменту першого в'їзду) щодо спрощення візової політики збільшилася кількість відвідувачів із Туреччини у 2017 р. – на 35,6%. Також і громадяни Ізраїлю можуть подорожувати Україною теж без оформлення візи до 90 днів, тому в 2017 р. з Ізраїлю в Україну приїхало на 20% більше показника 2016 р. Завершує десятку Німеччина: протягом року 209 тис. німців відвідали Україну, що на 22% більше, ніж у 2016 р. [3; 6].

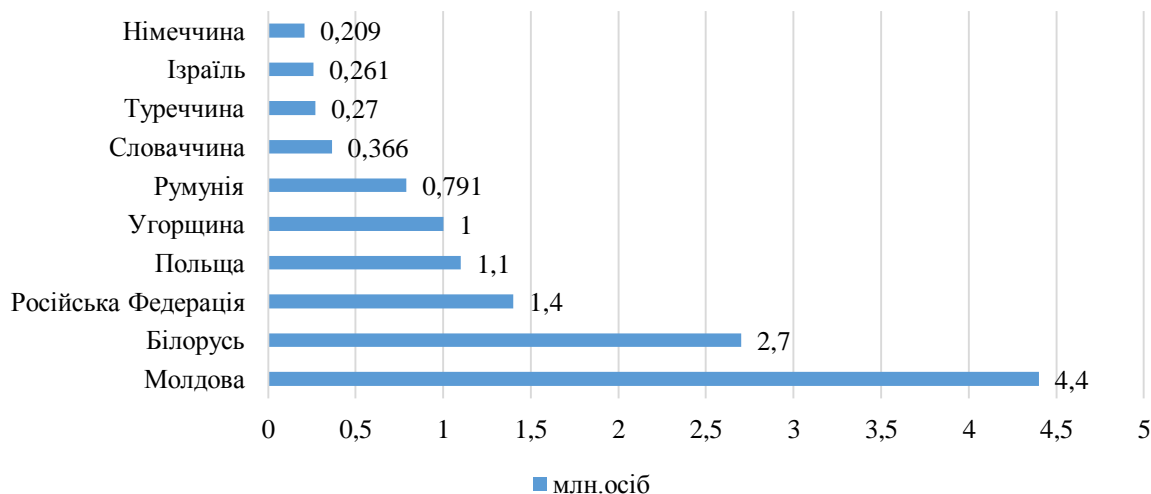


Рис. 2. ТОП-10 країн-лідерів за кількістю відвідувачів України в 2017р., млн. осіб

Джерело: узагальнено автором за даними [4]

За висновками [7, с. 166], «...основою конкурентоспроможності галузі туризму є конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – юридичних та фізичних осіб, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг».

Зауважимо, що в Україні туристичні фірми відправляють українців відпочивати на закордонні курорти, на що й робиться головний аспект, через що кількість людей, що від'їжджають із країни, значно перевищує кількість тих, що відвідують країну. Все це має негативний вплив на формування бюджету України, тому важливим чинником щодо підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств є вирішення проблем інвестиційного та інноваційного характеру.

Основні туроператори України за кількістю виїзних туристів стали такі компанії: Anex Tour; Join Up; Coral Travel; TUI; Pegas; Tez tour.

Зазначені туроператори досить давно працюють на туристичному ринку і за час свого існування встигли охопити велику частину ринку та мають досить вигідні та перспективні контракти. Нині вони активно розвивають нові напрями діяльності, організовують тури майже в усі країни світу та

напрацьовують ексклюзивні форми відпочинку, які з кожним днем стають усе популярнішими серед туристів.

За висновками експертів [8, с. 924], «...варто виділити компанію TPG, яка вчасно зробила ребрединг та активно почала застосовувати інновації у своїй діяльності. Зокрема, ними було повністю модернізовано сайт, заключено багато важливих партнерських договорів з іншими компаніями, зокрема пріоритет віддавався світовим авіакомпаніям, таким як: Air France, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, KLM, Delta, MAU, Transaero, Аерофлот, що дає їм змогу організовувати свої чартерні рейси які є актуальними для їхніх пасажирів. Інноваційна політика даної компанії спрямована на повну автоматизацію роботи менеджерів, які обслуговують постійних клієнтів. Окрім того, клієнти-туристи самі мають доступ до інформації, яка їх цікавить, і можуть здійснювати певні операції самостійно. Також інноваційний курс тримають такі компанії, як TUI, Coral Travel, Tez Tour, проте їхні обсяги на ринку України не такі великі, хоча вони також здійснюють потужну рекламну політику, залучають деякі види інновацій та розвивають нові напрямки відпочинку для українських туристів».

Для ефективного функціонування туристичних підприємств необхідно думати про інноваційний розвиток, що в туризмі слід розглядати як «...сукупність інформаційно-технічних, виробничих, організаційно-управлінських і комерційних нововведень, що спричиняють появу на ринку абсолютно нового або оновленого туристичного продукту чи послуги, що дають змогу задовольнити потреби туристів у відпочинку, розвагах, оздоровленні, подорожах та найкращому обслуговуванні, при цьому отримати максимальний економічний ефект» [8, с. 925]. Щоб бути конкурентоспроможними, всі підприємства на туристичному ринку України повинні прагнути до структурних зрушень у бік інноваційних змін, які потрібно вводити поступово, бездоганно вивчаючи ринок (маркетингові дослідження) та спираючись на досвід розвинутих країн світу.

2. Вплив показників конкурентоспроможності на розвиток туристичної галузі

Необхідно також охарактеризувати наявність туристичних ресурсів як ще один показник конкурентоспроможності туристичної галузі України, а саме:

- кількість та стан природних об'єктів (водойм, лісів, гір, заповідних степів тощо);

- кількість та стан пам'яток культури, історії, архітектури, у тому числі паркової, археології, музеїв, монументів, культових пам'яток; кількість та статус театрів, картинних галерей тощо [9, с. 161].

Інформація про кожен окремий об'єкт публікується в різноманітних рекламних продуктах і є результатом інвентаризації та детального опису кожного об'єкта. Така інформація, як правило, не є офіційною, її одержують із друкованих краєзнавчих джерел або рекламні компанії на замовлення туристичних фірм самостійно вивчають певні ресурси шляхом спеціально організованих статистичних досліджень [9, с. 161].

Офіційні дані Державної служби статистики України публікують лише показники наявності та кількості, що дуже побічно стосується туристичної діяльності, оскільки більшість відвідувачів – це місцеві жителі. Проте така інформація про музеї характеризує розвиток екскурсійної діяльності в регіонах і в Україні у цілому (табл. 3).

Таблиця 3

Кількість музеїв та їх відвідування в Україні за 2012–2015 рр.

Роки	Кількість музеїв, од.	Кількість відвідувань музеїв за рік, млн.	Середньодобова кількість відвідувань одного музею, осіб
2012	592	22,4	104
2013	608	22,3	100
2014	543	14,2	72
2015	564	15,1	73

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

Результати дослідження показали, що впродовж 2012–2015 рр. значно погіршилася екскурсійна діяльність в Україні, тобто зменшилася не лише кількість музеїв, а й кількість їх відвідувань. Одними з причин стали втрата країною частини територій та погіршення роботи з надання екскурсійних послуг. Проаналізуємо динаміку зміни наявності санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Україні як показника конкурентоспроможності галузі у цілому (табл. 4).

Із табл. 4 можна побачити значне зменшення всіх показників із 2015 р. Це пов'язано передусім з окупацією території Автономної Республіки Крим та політичною кризою в Україні.

Недооцінене місце України у рейтингу конкурентоспроможності (ТТСІ) можна обґрунтувати тим, що індекс конкурентоспроможності був поданий за туристичними макрорегіонами світу, а перша десятка країн – це Європа, Америка, Азійсько-Тихоокеанський регіон.

Рівень забезпеченості туристичної галузі України ресурсами для виходу на зовнішні ринки є дуже високим. «Курортні та рекреаційні території в країні становлять близько 9,1 млн. га, країна має велику концентрацію культурно-історичних ресурсів, у Центральній частині країни зосереджено історичні пам'ятки, у Південній – виявлено чимало пам'яток античної культури, Західна частина відрізняється етнічними особливостями тощо. В Україні нараховується понад 200 тис. об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв» [10, с. 67].

Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники: Києво-Печерський, Луцький, Острозький, Бердичівський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця; історико-архітектурні заповідники: Львівський, Кам'янець-Подільський, Чернігівський, Новгород-Сіверський, Софіївський. Важливим ресурсом є місця паломництва: православних (Печерська, Почаївська лаври), греко-католиків (Зарваниця на Тернопільщині, Крехів на Івано-Франківщині), хасидів (Умань) [11].

**Наявність санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Україні
за 2005–2017 рр.**

Показники	Роки								
	2005	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹
Санаторії та пансіонати з лікуванням ² – усього	524	510	508	484	477	320	309	291	284
у них ліжок, тис.	145	141	141	133	132	79	78	70	71
Санаторії-профілакторії ² – усього	291	234	224	185	165	118	79	63	55
у них ліжок, тис.	23	19	19	18	15	17	12	10	10
Будинки і пансіонати відпочинку	321	290	280	286	271	90	76	73	67
у них ліжок, тис.	65	60	59	60	57	17	15	14	12
Бази та інші заклади відпочинку ² – усього	2016	1920	1947	1925	1916	1400	1399	1295	1235
у них ліжок, тис.	236	196	194	188	191	126	113	112	106
Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку ³ – усього	18366	17342	17703	17744	18549	13977	9743	9669	9745
у них ліжок, тис.	236	196	194	188	191	126	113	112	106

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

² У 2002–2011 рр. інформація стосовно діяльності санаторно-курортних (оздоровчих) закладів подається за 12 місяців: з 1 жовтня попереднього по 30 вересня звітного року.

³ У 1990–2009 рр. – дитячі оздоровчі табори.

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

«На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, з яких 57 206 – пам'ятки археології (418 з яких мають національне значення), 51 364 – пам'ятки історії (142 – національного значення), 5 926 – пам'ятки монументального мистецтва (44 – національного значення), 16 293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541 – національного значення)» [12; 13]. Але водночас туристична інфраструктура України є недосконалою, що є причиною недореалізації конкурентних переваг. Велика безліч історико-культурних ресурсів потребує термінової реставрації та перебуває в аварійному стані.

Головна ознака туризму – це його здатність впливати на розвиток економіки регіону, країни і світу. «Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне положення, Україна має безліч переваг у сфері туризму, а саме володіння туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, яка розвивається досить швидкими темпами» [14, с. 128].

Для поліпшення конкурентоспроможності як туристичної галузі країни, так і її регіонів необхідно більш детально розглянути конкурентні переваги самих регіонів. Суттєва частка туристично-рекреаційних ресурсів України зосереджена на території АР Крим та в Карпатському регіоні (Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Чернівецька області). АР Крим – це близько 30% рекреаційних ресурсів усієї України, незважаючи на невелику площу, яка становить лише 4,3% території країни. Ресурси знаходяться на територіях, клімат яких ідентичний середземноморському. У Криму сконцентровано безліч пляжів (585), ландшафтних (5) та кліматичних зон (3), існують озера з лікувальними грязями (23), також джерела з мінеральними водами. В АР Крим знаходиться безліч історичних, культурних та архітектурних пам'яток, які мають міжнародне значення. Але говорити про ефективний розвиток цього регіону неможливо після тимчасової окупації.

Територія Карпатського регіону сягає близько 2,8 млн. га (6,2% від усієї площі України) і включає чотири області, які наділені найпривабливішими і найбагатшими туристичними ресурсами. Туризм у цьому регіоні є головним джерелом усіх прибутків. «Суб'єкти туристичної діяльності регіону пропонують туристам організацію відпочинку в Карпатах (туристичні бази, бази відпочинку, санаторії), катання на гірських лижах у Карпатах (гірськолижні бази, гірські готелі), лікування в Карпатах (санаторії, СПА-готелі), екскурсії по Карпатах (Ужгород, Мукачеве, Берегове, Хуст, Рахів, Синевир, Трускавець та ін.), дитячий відпочинок у Карпатах (дитячі оздоровчі табори, екскурсії, тури вихідного дня), пішохідні маршрути по Карпатах у літній період тощо» [15, с. 216].

Карпатський регіон є ще й гірськолижним регіоном, який має висоти до 2 000 м. Серед найвідоміших зимових курортів – Буковель, Драгобрат, Славське, Пилипець, Плай. Тому існує великий потенціал Карпатського регіону для розвитку туристичної галузі та зимових видів спорту. Протягом останніх років на території регіону було реалізовано низку міжнародних проектів, які мають за мету розвиток спортивно-оздоровчого та екологічного туризму. «Розвиток сільського зеленого та аграрного туризму в Карпатському регіоні підтримують спеціальні європейські програми ТАСІС, Міжнародний фонд «Відродження», Європейська федерація сільського туризму «Єврожітс» та ін. Упродовж найближчих років у Карпатському регіоні буде виконуватися міжнародний словацько-український проект «Карпатський туристичний шлях» [15]. Проект здійснюється за фінансової підтримки програми ТКС ЄІСП Угорщина – Словаччина – Румунія –

Україна на суму понад 500 тис. євро та виконуватиметься у співробітництві між керівним партнером – Агентством підтримки регіонального розвитку Кошице (Словаччина), головним транскордонним партнером – Агентством регіонального розвитку та транскордонного співробітництва «Закарпаття», а також місцевими партнерами – Фундацією регіональних туристичних ініціатив «Турєвроцентр» і Агентством сприяння сталому розвитку Карпатського регіону ФОРЗА» [15, с. 217].

Причорноморський регіон традиційно є найбільш освоєним, розвиненим, який має відмінну інфраструктуру. Фактично вважається, що «...рекреація є провідним складником сфери послуг народного господарства у цьому регіоні» [16, с. 46]. Причорноморський регіон України складається з Одеської, Херсонської та Миколаївської областей.

Склад туристичної інфраструктури Одеської області – це заклади туристично-рекреаційного призначення, підприємства готельного типу, установи профілю оздоровлення. Протягом 2013 р. у рамках реалізації заходів, передбачених Програмою розвитку туристично-рекреаційної сфери Одеської області на 2011–2015 рр., проводилася робота щодо вдосконалення туристичного продукту регіону, а також стосовно популяризації рекреаційно-туристичних ресурсів області як на рівні внутрішнього, так і на рівні міжнародного туристичного ринку. Зокрема, для поліпшення якості обслуговування туристів запропоновано ескізи індивідуальних дорожніх показників (знаків), функції яких полягають в інформуванні туристів про видатні місця і визначні історико-культурні пам'ятки Одеської області, що рекомендуються для відвідування [16, с. 46–47].

Херсонська область має потужний потенціал для розвитку туристичної галузі, хоча й використовується він не повною мірою. «...Херсонська область приймає тільки 5% туристів від загального обсягу туристів, що відпочивають уздовж морського узбережжя України» [16, с. 49]. Туристично-рекреаційний потенціал області складається з морських пляжів, родовищ лікувальних грязей і ропи, озер соляного типу, лікувально-термальних вод. Херсонська область містить 12 зон курортно-рекреаційного типу, серед яких – Генічеськ, Залізний Порт, Скадовськ, Лазурне та ін. У Скадовську присутні лікувальні джерела мінерального типу, які використовуються як для проведення процедур бальнеологічного типу, так і для внутрішніх споживачів. Також існують у Генічеську джерела термального типу.

У географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінуюче значення має Європейський регіон, а в його межах – передусім країни-сусіди. Існують істотні розбіжності в розвитку туристичного бізнесу в розрізі регіонів України. Провідні позиції належать м. Києву, Львівській та Одеській областям. Найгірші позиції мають Луганська, Донецька, Кіровоградська, Волинська, Рівненська, Полтавська, Тернопільська та Чернігівська області [17, с. 406].

Спираючись на все вищесказане, ми погоджуємося з авторами в тому, що «...Україна чимраз активніше заявляє про себе як про туристичну державу,

яка прагне брати участь у міжнародній конкуренції за світові туристичні потоки. Про це свідчать зростаюча маркетингова активність, яка спрямована на просування вітчизняного туристичного продукту, продуктивна співпраця України з ЮНВТО, спрощення візових формальностей (право безвізового в'їзду на територію України мають мешканці понад 60 держав світу) тощо». У рейтингу Expat Insider 2016 р., у якому приймали участь 14 тис. осіб зі 191 країни, Україна може пишатися такими показниками конкурентоспроможності, як ціна та рівень задоволеності особистим фінансовим станом для іноземців.

«Внутрішній туризм в Україні розвинений ще недостатньо і потребує державної підтримки. Відродження внутрішнього туризму, яке спостерігається в останні роки, пояснюється скороченням сімейних бюджетів та сплеском патріотичності на тлі останніх подій в країні» [18].

«Відповідно до маркетингових досліджень ринку туристичних послуг, проведеним Всесвітньою організацією туристичних послуг, причини занепаду українського туризму такі: нехтування міжнародним досвідом; відсутність послідовної державної політики; неефективна діяльність влади у сфері туризму; відсутність належних умов для розвитку туризму, податкового і фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг і вітчизняних туроператорів; незадовільна робота з формування та зміцнення туристичного іміджу України, розроблення та просування національного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому ринках» [18].

Важливою проблемою є й відсутність кваліфікованих працівників: більшість вишів випускає недостатньо навчених фахівців, а якісної підготовки і перепідготовки кадрів для сфери туризму в Україні просто не існує. Також картину псують недосконала правова захист туристів на території країни, складності з митним контролем, тіньова економіка. Не останнє місце серед великої кількості проблем займає військовий конфлікт на сході країни. Він сіє паніку й аж ніяк не сприяє залученню туристів. «Ізраїль теж знаходиться в стані війни постійно, і це не заважає країні розвивати й економіку, й туризм» [18]. Україні теж необхідно перейняти досвід цієї країни.

Висновки. Ураховуючи низький рейтинг України, для підвищення конкурентоспроможності сфери туризму та формування більш удакої стратегії її розвитку необхідно враховувати критерії оцінки туристичної сфери експертами Світового економічного форуму, які наголошують, що «...більшість показників має формуватися саме на регіональному рівні з урахуванням регіональних особливостей та позиціонуванням сильних сторін регіонів» [19, с. 86].

Щодо поліпшення конкурентоспроможності України в туристичній сфері та побудови більш ефективної системи заходів необхідно виділити основні напрями:

1. Політико-правовий. Нормативно-правова база відіграє значну роль у стійкому розвитку туристичного бізнесу. В Україні існують стратегія і

програми щодо розвитку туристичної галузі, але більшість із них має виключно інформативний характер.

2. Організаційно-економічний. Завдяки інтенсивному розвитку індустрії транспорту та готельної індустрії Україна має у перспективі всі можливості підвищити конкурентоспроможність у сфері туризму, оскільки розвинуте транспортне сполучення є одним із ключових у сприянні в'їзному туризму. Тобто пріоритетного значення набуває інфраструктурне поліпшення авіа- та наземного транспорту та залучення України в єдину європейську залізничну мережу.

3. Соціально-культурний. Істотний вплив на конкурентоспроможність країни відіграють і рівень гостинності, і загальна культура населення. Виховний та освітній рівні населення України, що підвищуються з кожним роком, зумовлюють достатній ступінь відкритості та гостинності [19, с. 86].

Значну увагу необхідно приділити створенню оптимальних туристичних потоків, які б створювали оптимальний дохід на туристичному ринку для всіх учасників. Побудова ефективного механізму управління може стати основою формування конкурентоспроможності туристичної галузі України на світовому ринку [20].

Вищевикладене дає змогу відзначити такі тенденції: по-перше, Україна зазнала значних негативних явищ після подій 2014 р., тому показники «Безпека і захист» та «Бізнес-середовище» знизилися у рейтингу конкурентоспроможності; по-друге, показники «Здоров'я і гігієна», «Людські ресурси і ринок праці» та «Цінова конкурентоспроможність» мають конкурентні переваги і повинні стати «базисом» для подальшого розвитку туристичної галузі [20].

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку. *Науково-інформаційний вісник Академії наук вищої освіти України*. 2012. № 2(79). С. 96–104.
2. Туристичні потоки. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
3. Лиев О. Аналіз в'їздів іноземців в Україну у 2017 році: зросла кількість відвідувачів із Молдови, Білорусі та Російської Федерації. URL: <http://www.liiev.com/ru/content/analiz-vyizdiv-inozemciv-v-ukrayinu-u-2017-roci-zrosla-kilkist-vidviduvachiv-z-moldovi>.
4. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer>.
5. Аналіз в'їздів іноземців в Україну у 2017 році: зросла кількість відвідувачів з Молдови, Білорусі та Російської Федерації. *Асоціація індустрії гостинності України*. URL: <http://aigu.org.ua/potik.html>.
6. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Ukraine. London, 2015. 24 с.
7. Тимчишин-Чемерис Ю.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної справи в Україні. *Інтернаука. Економічні науки*. 2017. № 7(29). С. 165–171.
8. Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. № 10(50). С. 922–926.

9. Скляр Г.П., Дробиш Л.В., Вишневецька Л.І. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. *Економічний вісник Донбасу. Маркетинг*. 2017. № 2(48). С. 157–162.
10. Дубик В.Я., Осідач О.Б. Маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристичного бізнесу в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*. 2016. Вип. 26.2. С. 64–69.
11. Петровська С.В. Маркетингова конкурентна стратегія: сутність і підходи до класифікації. *Проблеми транспорту*. 2010. Вип. 2. С. 89–92.
12. Про затвердження Загальнодержавної програми збереження та використання об'єктів культурної спадщини на 2004–2010 роки : Закон України від 20.04.2004 № 1692-IV. URL: <https://docs.dtkr.ua/doc/1088.532.0>.
13. Фаринюк В.В., Наумова М.А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. URL: jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/4860/4890.
14. Туристична політика зарубіжних країн : підручник / за ред. А.Ю. Парфіненка. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. 220 с.
15. Білотіл О.М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі причорноморського регіону України : дис. ... канд. екон. наук : 25.00.02. Харків, 2015. 234 с.
16. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. проф. І.М. Волошина. Луцьк : ЛНТУ, 2015. 328 с.
17. Бут Т.В. Визначення рівня конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Запорізького регіону. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 12. С. 402–407.
18. Волошина М. Анализ рынка туристических услуг в Украине: проблемы и перспективы. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-v-ukraine.html>.
19. Грабовенська С.П. Напрями підвищення конкурентоспроможності України в туристичній сфері. *Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука*. 2013. № 22. С. 83–88.
20. Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. № 10(50). С. 922–926.

РОЗДІЛ II. РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ТА ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

Матросова В.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

Новік І.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

Шматько Н.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОЇ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Анотація

За часів проголошення незалежності України одним із головних аспектів зовнішньоекономічної діяльності стало формування нового торговельного режиму з подальшою його інтеграцією у світове господарство. Головною проблемою на шляху формування та реалізації зовнішньоторговельної політики України шляхом відкритості національної економіки постало питання перебудови товарної структури експорту та імпорту, створення потужного експортного потенціалу, запровадження сучасних форм економічної взаємодії із зарубіжними країнами, побудови та забезпечення стабільних зовнішньоекономічних зв'язків. Предметом статті є розгляд теоретичних (гносеологічних) та практичних питань, пов'язаних з аналізом товарної структури експортного потенціалу України. Проаналізовано товарну структуру експортного потенціалу, динаміку та зміни, які відбувалися в Україні за останнє десятиріччя. Проведено аналіз динаміки зовнішньоекономічної торгівлі України, аналіз товарної структури експорту. Виявлено основні напрями збуту продукції на міжнародних ринках, проаналізовано зміни ринків збуту за період 2008–2018 рр.

Систематизовано причини, які є результатом зміни товарної структури експортного потенціалу України, та запропоновано пріоритетні напрями розвитку товарної структури експортного потенціалу України. Досліджено можливості реалізації експортоорієнтованої моделі стратегії України, що сприятиме економічному зростанню, активізує наявні та потенційні конкурентні переваги української економіки. Підкреслено необхідність формування цільової комплексної програми державного стимулювання експорту, визначено завдання, стоять перед органами зовнішньоекономічної політики, запропоновано інструменти нарощення слабких складників експортного потенціалу України.

Вступ. Позиції країни на світовій арені знаходяться у прямій залежності від залучення її в систему міжнародних економічних відносин. Одним із важливих напрямів такої взаємодії виступає експортна діяльність, яка дає змогу використовувати національні потужності і ресурси з більшим ступенем ефективності й формувати валютні можливості для задоволення імпорتنих потреб. Поширення процесів економічної глобалізації, поява на внутрішньому ринку потужних світових компаній зумовлюють необхідність пошуку шляхів розвитку експортного потенціалу національної економіки. Рівень розвитку внутрішньої економіки, як правило, тим вище, чим більш потужним експортним потенціалом володіє держава, і навпаки. Крім того, світовий досвід показує, що найбільш дієвою й ефективною стратегією інтеграції економічної системи країни у світову економіку є поєднання структурної перебудови національної економіки з її орієнтацією на активне зростання експорту.

Позиції країни у сучасній світогосподарській системі визначаються, насамперед, її здатністю та можливістю створювати умови для постійного нарощування національного експортного потенціалу. Його реалізація залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних чинників, ефективна взаємодія яких здійснюється через залучення до міжнародної економічної інтеграції.

Формування інтеграційної стратегії України далеко не завжди орієнтувалося на зовнішньоторговельні пріоритети, детерміновані національним експортним потенціалом, що призводило до неврахування критеріїв не тільки економічної ефективності міжнародної інтеграції, а й безпечної відкритості економіки. За таких умов загострилася проблема щодо конкурентоспроможності національного експорту на світовому ринку товарів і послуг.

Стратегічна роль експорту полягає у тому, що він має бути засобом сприяння економічному зростанню, інструментом активізації наявних та потенціальних конкурентних переваг для подолання відставання від розвинених країн за основними соціально-економічними параметрами. Вступ України до СОТ відкриває для українських підприємств нові ринки та можливості збільшення обсягів експорту. Нині близько 2/3 міжнародного товарообігу за вартістю припадає на готову продукцію і лише 1/3 – на сировинні товари за посилення тенденції подальшого збільшення частки

готових виробів і зменшення частки сировини у світовому виробництві та міжнародній торгівлі. У структурі українського експорту, навпаки, переважають сировина і продукти низького рівня переробки, тому загострюється й стає особливо актуальною проблема розвитку, визначення та знаходження шляхів поліпшення експортного потенціалу України.

Аналіз сучасних наукових публікацій із даної тематики продемонстрував інтерес до проблеми товарної структури експортного потенціалу України. Актуальні проблем товарної структури експортного потенціалу розглянуто в сучасних публікаціях зарубіжних учених, таких як: Н.К. Мохapatра (2017 р.) [1], Норд Бедфорд (США), Вільям Хатчисон (Канада), Софі Бедфорд (Швеція), (2011 р.) [2], П. Хавлик (2010 р.) [3], Н. Хуот, М. Какинака (2007 р.) [4], Т. Кнедлік, Г. фон Швейнітц (2011 р.), Дж. А. Миллвард [5], А. Фауве, Ц. Гінтрац. (2009 р.) [6], М. Емерсон, Е. Винокуров (2009 р.) [7], Belay Seyoum (2000 р.) [8], Kotabe Masaaki. Global (2001 р.) [9], S. Jensen Bjarne (2006 р.) [10], A.I. Kruger, A. Tuncer (2002 р.) [11], R. Awaes, R. Lopes (2005 р.) [12], M. Michaelly (2003 р.) [13], A.E. Branch (1990 р.) [14].

Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств досліджуються в роботах іноземних та вітчизняних учених, таких як Л.М. Черчик (2015 р.) [15], А.А. Мазаракі [16], Л.С. Кутідзе [17], С.В. Бестужева [22], В.М. Барак [23], Д.М. Стеченко [26], О.В. Лазарева [27], Т.М. Мельник (2007 р.) [31]. Проблеми експортного потенціалу відображено в наукових працях Ф.В. Зінов'єва, О.О. Якушева (2012 р.) [18], В.В. Дружиніної (2010 р.) [19], С.П. Івашука (2011 р.) [20], І.О. Геращенко (2014 р.) [21], Т. Скорнякова [29], Т. Гордєєва [30] та ін. Отже, актуальність цих проблем вимагає постійного аналізу товарної структури експортного потенціалу та розроблення заходів щодо поліпшення експортного потенціалу України.

Мета статті – провести аналіз та дослідити динаміку зовнішньоекономічної торгівлі та товарної структури експортного потенціалу України, виявити причини зміни експортного потенціалу і запропонувати заходи щодо поліпшення товарної структури експортного потенціалу України.

1. Класичні підходи до дослідження категорії «експортний потенціал»

Щодо визначення поняття «експортний потенціал», то це досить дискусійне поняття, бо існує основні чотири підходи до визначення цього терміна у сучасній науці.

1. Ресурсний підхід – основою визначення поняття експортного потенціалу є ресурси, які є основою торговельного балансу країни.

С.В. Бестужева вважає, що ступінь участі регіону в системі міжнародного поділу праці визначається можливостями використання технологічних, трудових, інтелектуальних, природних та інших ресурсів регіону в структурі міжнародних коопераційних зв'язків [22].

В. Михайловський розглядає експортний потенціал території як головний потенціальний ресурс підвищення ефективності зовнішньоекономічної

діяльності в регіоні. Він вважає, що експортний потенціал території слід описувати системою кількісних і якісних показників, які характеризують регіон із позиції його закріплення на світових товарних ринках та отримання максимальної валютної виручки у довгостроковій перспективі. У цілому зовнішньоекономічний потенціал визначається конкурентоспроможністю вироблених у регіоні товарів і послуг на світовому ринку та можливостями використання технологічних, трудових, інтегральних, природних та інших ресурсів території у структурі світових коопераційних зв'язків. Ступінь реалізації зовнішньоекономічного потенціалу регіону характеризується станом його експортного комплексу [25].

В.М. Байрак: «Сукупний обсяг накопичених ресурсів країни, що будуть задіяні для досягнення максимально можливих обсягів задоволення попиту на зовнішніх ринках у перспективі за їх оптимального використання» [23].

2. Результативний підхід – основою визначення є отримання відповідного результату з реалізації продукції на світовому ринку з максимальною вигодою.

Колектив на чолі з професором А.Н. Азріляном під експортним потенціалом розуміє спроможність промисловості, всього сукупного виробництва певної країни у цілому виробляти необхідну кількість конкурентоспроможних товарів для зовнішнього ринку [24].

Д. Стеченко вважає, що експортний потенціал є обсягом благ, які національна економіка може виробляти та реалізовувати за своїми межами, а також її здатністю відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені [26].

О.В. Лазарева вважає, що експортний потенціал являє собою обсяги продукції, які національна економіка може виробити та реалізувати за своїми межами [27].

3. Системний підхід – основною рисою визначення експортного потенціалу є комплексна характеристика, яка складається з комплексу потенціалів, які притаманні експортному потенціалу, а також чинників стратегічного розвитку країни.

М.Є. Сейфуллаєва та В.М. Капіцин вважають експортний потенціал комплексною характеристикою, що включає низку складників: ресурсно-сировинний, промисловий, фінансовий, організаційно-технічний, маркетинговий, кадровий, соціально-культурний, інфраструктурний, інвестиційний, науковий та інноваційні потенціали [28].

Ф.В. Зинов'єв та О.О. Якушев розглядають експортний потенціал як можливість національного господарського комплексу виробляти конкурентоспроможні товари й реалізовувати їх на міжнародних ринках за умовами стійкого зростання ефективності використання природних ресурсів, розвитку науково-технічного потенціалу, валютної та фінансово-кредитної систем, а також сервісно-збутової інфраструктури підтримки експорту за одночасного забезпечення економічної безпеки країни у цілому [18].

4. Ринковий підхід – основою є конкурентні переваги експортної продукції на міжнародних ринках.

Т. Скорнякова визначає експортний потенціал як здатність економічного суб'єкта виробляти конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію, яка може подолати існуючі експортні бар'єри та бути ефективно проданою за кордон [29].

Т. Гордєєва формулює визначення експортного потенціалу як максимальну спроможність підприємства за даного рівня техніко-економічної бази продукувати конкурентоспроможну продукцію на національній території та реалізувати її на світовому ринку [30].

Т.М. Мельник вважає, що експортний потенціал є самостійною підсистемою ЗЕД економіки країни, місією якої є забезпечення конкурентних переваг національної продукції та збільшення її присутності на зовнішніх ринках [31].

В.В. Дружиніна та Л.В. Різніченко розглядають експортний потенціал як обсяг конкурентоспроможної продукції, яку здатна створити й спроможна реалізувати на зовнішніх ринках у просторово-часовому вимірі певна виробнича система [19].

З 1 січня 2016 р. в Україні діє зона вільної торгівлі з Європейським Союзом, підписані нові договори про створення зон вільної торгівлі з Туреччиною, Канадою, Ізраїлем. Саме тому багато надій покладається на розвиток експортного потенціалу, який має вивести виробництво, торгові зв'язки та міжнародні економічні відносини на якісно новий рівень через підвищення низки кількісних показників.

2. Аналіз товарної структури експорту України

Зона вільної торгівлі – це закріплений у вигляді угоди тип міжнародних відносин двох або більше країн, що передбачає скасування митних бар'єрів у взаємній торгівлі між країнами, при цьому митна політика у відносинах із третіми країнами залишається на особистий розсуд кожної з країн угоди.

Особливої уваги заслуговує аналіз товарної структури експорту. За період 2013–2015 рр. зросла питома вага продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції (із 26,9% до 38,2%), суттєво скоротилася частка паливно-енергетичних товарів (із 4,5% до 1,3%), машин, обладнання та транспорту (із 16,8% до 12,5%), металів та виробів із них (із 27,7% до 24,8%), що свідчить про зростання ролі аграрного експорту. Товарну структуру та обсяги експорту України на основі лідируючих показників торгового балансу представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Товарна структура та обсяги експорту України за 2008–2017 рр. [32]

Назва товарів згідно з УКТЗЕД	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5
Молоко та молочні продукти, яйця; мед	690274,7	476446,3	648786,6	703757
Зернові культури	3703795,9	3556197,7	2467060,7	3617122,2
Насіння і плоди олійних рослин	1426243,6	1040363,6	1085659,1	1434808,3
Жири та олії тваринного або рослинного походження	1945745,6	1796023,8	2617314,4	3396407

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
Какао та продукти з нього	503124	448559,9	591611,9	675726,5
Алкогільні і безалкогольні напої та оцет	560014,6	458628,6	443700	383045,5
Залишки і відходи харчової промисловості	484955	322097,5	479069,4	626635,6
Сіль, сірка, штукатурні матеріали, цемент	783248,7	429160	493741,5	651906,7
Добрива	1996513,6	857847,7	940625,4	1819582,4
Деревина і вироби з деревини	800797,2	669836,1	827994,1	1077831,2
Папір та картон	786250,5	699910,7	822773,3	963068,8
Одяг текстильний	565976,9	426831,1	420436,1	481700,1
Чорні метали	22954569,9	10252506,8	14626609	18466123,2
Вироби з чорних металів	3533051,8	1946940,1	1993667,9	2844349,4
Алюміній і вироби з алюмінію	453960,2	203250,3	171858,2	184653,6
Котли, машини, апарати і механічні пристрої	3497779,1	2786959,8	3135318	3569799,6
Електричні машини і устаткування	2843360,5	2227359,3	2535098,3	3189195,5
Залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання	2653210,9	777086,5	2400884	3806715,8
Наземні транспортні засоби, крім залізничних	1243848,8	381397,6	540571,8	633449,9
Меблі	354278,8	229946,5	311657,5	445702,1

Назва товарів згідно з УКТЗЕД	2012	2013	2014
Молоко та молочні продукти, яйця; мед	612398	691739,5	575431
Зернові культури	6999871	6371325,6	6544127,6
Насіння і плоди олійних рослин	1753973,5	2048059,7	1687715,3
Жири та олії тваринного або рослинного походження	4211457,2	3507131,8	3822031,8
Какао та продукти з нього	662341,4	556813,3	322877,6
Алкогільні і безалкогольні напої та оцет	385003,9	396807	251284,4
Залишки і відходи харчової промисловості	877722,8	923387,3	1108252
Сіль, сірка, штукатурні матеріали, цемент	704527,6	711950	619084,1
Добрива	1791291	1171090,6	694476,6
Деревина і вироби з деревини	1059739,7	1143726,8	1261972
Папір та картон	1007673,8	1079848,5	851277,8
Одяг текстильний	397391,2	400184	410613
Чорні метали	15340427,3	14319270,8	12905392,9
Вироби з чорних металів	2837164	2589817,7	1691001,6
Алюміній і вироби з алюмінію	144683,5	143703	126639,5
Котли, машини, апарати і механічні пристрої	3794820,7	3840915,7	2977117,7
Електричні машини і устаткування	3231850	3134084,6	2680087,4
Залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання	4107183	2463649,4	839353,1
Наземні транспортні засоби, крім залізничних	585450,4	375590,7	293070,6
Меблі	508768,2	555877	531192,1

Назва товарів згідно з УКТЗЕД	2015	2016	2017
Молоко та молочні продукти, яйця; мед	386477,3	330521,4	494416,3
Зернові культури	6057490	6073915,3	6501604,6
Насіння і плоди олійних рослин	1475455,6	1534995,1	2060226
Жири та олії тваринного або рослинного походження	3299799,1	3962975,8	4605669,7
Какао та продукти з нього	187263,1	162209,1	183734,9
Алкогольні і безалкогольні напої та оцет	183608	163813,5	209240,5
Залишки і відходи харчової промисловості	995781,3	982983,7	1051761
Сіль, сірка, штукатурні матеріали, цемент	395015,7	327658,1	421779,5
Добрива	534088	328170	129233,8
Деревина і вироби з деревини	1106385,8	1130633,9	1204342
Папір та картон	534667,7	471727,8	450888,7
Одяг текстильний	330855,5	355076,7	378801,7
Чорні метали	8077628,3	7247249,2	8665777,2
Вироби з чорних металів	916985	689793,6	896639,1
Алюміній і вироби з алюмінію	112447,7	92682,9	129217,6
Котли, машини, апарати і механічні пристрої	1961641,6	1561256,3	1728217
Електричні машини і устаткування	1979214,2	2076689,8	2548778,5
Залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання	210822,2	237776,3	219663,6
Наземні транспортні засоби, крім залізничних	175607,9	132485,4	132721,6
Меблі	397189,6	397826,6	542322,6

За період 2013–2014 рр. значно впали показники експорту машинобудівної промисловості, а саме наземного транспорту, машин та механічних пристроїв, а також чорної металургії. Причиною є зміна економічної політики та векторів торгових відносин. За період із 2014 р. значно зросли показники експорту зернових та олійних культур, продукції рослинного та тваринного виробництва, жирів різного походження, відходів харчової промисловості.

За останні п'ять років частка агропромислової продукції у структурі експорту України зросла майже до 40%. За результатами першої половини 2018 р. частка агропродовольчої продукції становила 36,5%. Проте основу аграрного експорту становить експорт сировини, а саме пшениці, кукурудзи, ячменю та соєвих бобів. Частка цієї продукції в структурі становить порядку 55%.

Лідуючу позицію в аграрному експорті займає соняшникова олія, обсяг її реалізації за січень-червень 2018 р. становив 2,2 млрд. дол. США. Україна вже декілька років поспіль є світовим лідером із виробництва й експорту соняшникової олії. Решту ключових позицій займають зернові культури (кукурудза, пшениця, ячмінь), олійні (соєві боби) та продукти переробки олійних культур (макуха соняшникова), що становить 82% усього експорту агропродовольчих товарів з України.

Основним ринком збуту української сільськогосподарської продукції залишається ринок Азії. Основними країнами-партнерами є Індія,

Туреччина і Китай. На другому місті – країни ЄС із часткою у 32%, де головними партнерами є Німеччина, Нідерланди, Іспанія й Італія. Трійку лідерів замикають країни Африки, котрі, своєю чергою, займають 14%. Основними партнерами з Африки є Єгипет, Туніс та Марокко.

Імпорт після 2014 р. демонстрував спад, проте починаючи з 2016 р. спостерігається нарощення імпорتنих закупок Україною як усієї продукції, так і агропродовольчої. За перші шість місяців 2018 р. загальний імпорт становив 25,7 млрд. дол. США, що на 4% менше порівняно з аналогічним періодом минулого року. Водночас імпорт агропродовольчої продукції за цей період зріс на 20% і становив 2,4 млрд. дол. США.

Серед аграрного імпорту України першу позицію займає насіння соняшнику: за січень-червень 2018 р. обсяг закупівель становив 213,3 млн. дол. США. На другому місці знаходиться риба морожена (159,9 млн. дол. США), а на третьому – кукурудза (108,6 млн. дол. США). Замикає список продуктів аграрного імпорту олія пальмова: обсяг імпорту за першу половину 2018 р. становив 75,4 млн. дол. США. Частка продуктів агропродовольчого імпорту України становить 47%.

Останніми роками Україна нарощує імпорт із Польщі, яка займає першу сходинку у структурі агропродовольчого імпорту України. За першу половину 2018 р. імпорт із зазначеної країни становив 214,1 млн. дол. США. На другій позиції знаходиться Німеччина – 208,9 млн. дол. США, а третє місце займає Туреччина – 194 млн. дол. США. Дані країни – постачальники агропродовольчої продукції в Україну займають 54% усього агропродовольчого імпорту.

Частка машин, устаткування, транспортних засобів та приладів у структурі експорту знизилася із 16,4% у 2008 р. до 7,2% у 2017 р., частка кольорових металів – із 44,5% до 24,9%. Причому частка продовольчих товарів та сировини зросла з 13,3% у 2008 р. до 44,7% у 2017 р. У 2018 р. загалом зберігається сформований тренд української зовнішньої торгівлі. Погіршення деяких показників є наслідком геополітичних змін, новітніх проблем у виробництві, видобувній галузі (залізної руди, насамперед) завдяки зміні основних партнерів та тимчасовому звуженню ринків, це можна розцінювати як перехідний етап. Водночас набирає обороти аграрний сектор: пшениця, кукурудза, соняшникова олія нарощують фізичний обсяг експортних поставок. Високими темпами зростає експорт м'яса та молочної продукції. Продовжує зростати експорт послуг: трубопровідного транспорту, інформаційних технологій, авіаційного транспорту. Спостерігається стійкий попит на металургійну продукцію, яка займає значну частку всього українського експорту. Стабільним є попит на українську деревину та меблі, електричні машини та устаткування, яйця та мед українського походження, насіння та продукти олійних культур, текстильну продукцію.

Обсяги імпорту енергоносіїв та хімічної продукції знизилися майже в 1,8 рази. Імпорт продукції машинобудування в Україні зростає (за винятком легкових автомобілів через насичення ринку вживаним автотранспортом) на тлі техніко-технологічного відставання української машинобудівної

промисловості. Прискорилося зростання харчових продуктів (море-продуктів, риби, овочів та фруктів), що свідчить про пожвавлення платоспроможного попиту роздрібного ринку в Україні.

3. Питання концентрації українського експорту

Сучасна класична теорія міжнародної торгівлі передбачає міжнародний розподіл праці, тобто кожна країна виготовляє ті товари, у виробництві яких вона має відносну порівняльну перевагу. Саме такі товари становлять основу її експорту та є джерелом прибутку, а тому можна стверджувати, що спеціалізація у виробництві певних товарних груп буде поглиблюватися в інтегрованих у світову економіку країн. Це є важливим практичним висновком класичної теорії міжнародної торгівлі та сучасних міжнародних відносин. Інструменти лібералізації та розширення міжнародної торгівлі, а саме зменшення торговельних бар'єрів митного та тарифного характеру, сприяють тому, що ринкові ціни на товари відображають їхню справжню ринкову вартість, а тому виробники більшою мірою можуть скористатися порівняльними перевагами та визначитися у напрямках розвитку виробництва та торговельних стратегій.

Проте аналіз розвитку міжнародної торгівлі в умовах поглиблення економічної інтеграції країн показує, що багато країн змогли розширити асортимент експортного потенціалу та зменшити рівень концентрації власного експорту. Такі відносно нові сучасні тенденції стали результатом зростання ролі внутрішньогалузевої торгівлі між країнами, яка становить близько 60% внутрішньогалузевої торгівлі між розвинутими країнами.

Аналіз динаміки концентрації українського експорту та ролі внутрішньогалузевої торгівлі у забезпеченні диверсифікації торговельних потоків представлений графічно.

Останні роки товарна структура експорту України залишається майже незмінною. У 2017 р. в ній переважають продукти рослинного походження (21,3%), жири та олії (10,6%), недорогоцінні метали та вироби з них (23,4%), машини, обладнання та механізми (9,9%). Зміни в структурі експорту можуть відбуватися як під впливом змін у спеціалізації виробництва товарів, так і завдяки змінам в обсягах внутрішньогалузевої торгівлі.

Основним показником концентрації експорту є сукупна частка декількох найбільших товарів чи товарних груп у сукупних обсягах експорту. Він характеризує ступінь залежності обсягів експорту України від кон'юнктури на світових чи регіональних ринках цих товарів або товарних груп. Слід зазначити, що з 2008 до 2018 р. частка найбільших груп товарів у загальних обсягах експорту зросла майже до 80%, що свідчить про тенденції до збільшення ступеня концентрації експорту в Україні. Це такі товарні групи, як «продукти рослинного походження», «жири та олії тваринного або рослинного походження», «готові харчові продукти», «мінеральні продукти», «продукція хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості», «недорогоцінні метали та вироби з них», «продукція металургійної промисловості» та «машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання».

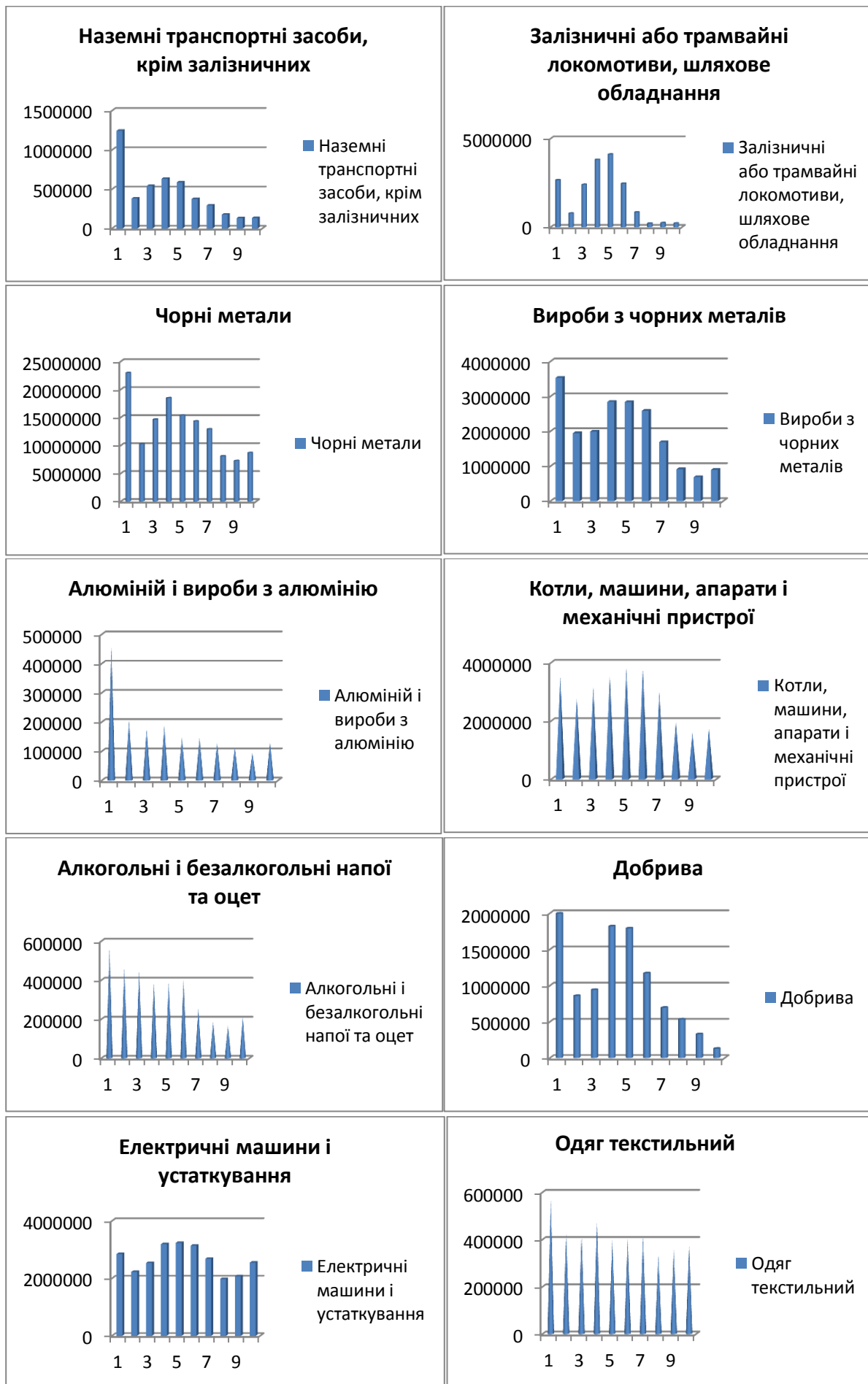


Рис. 1.

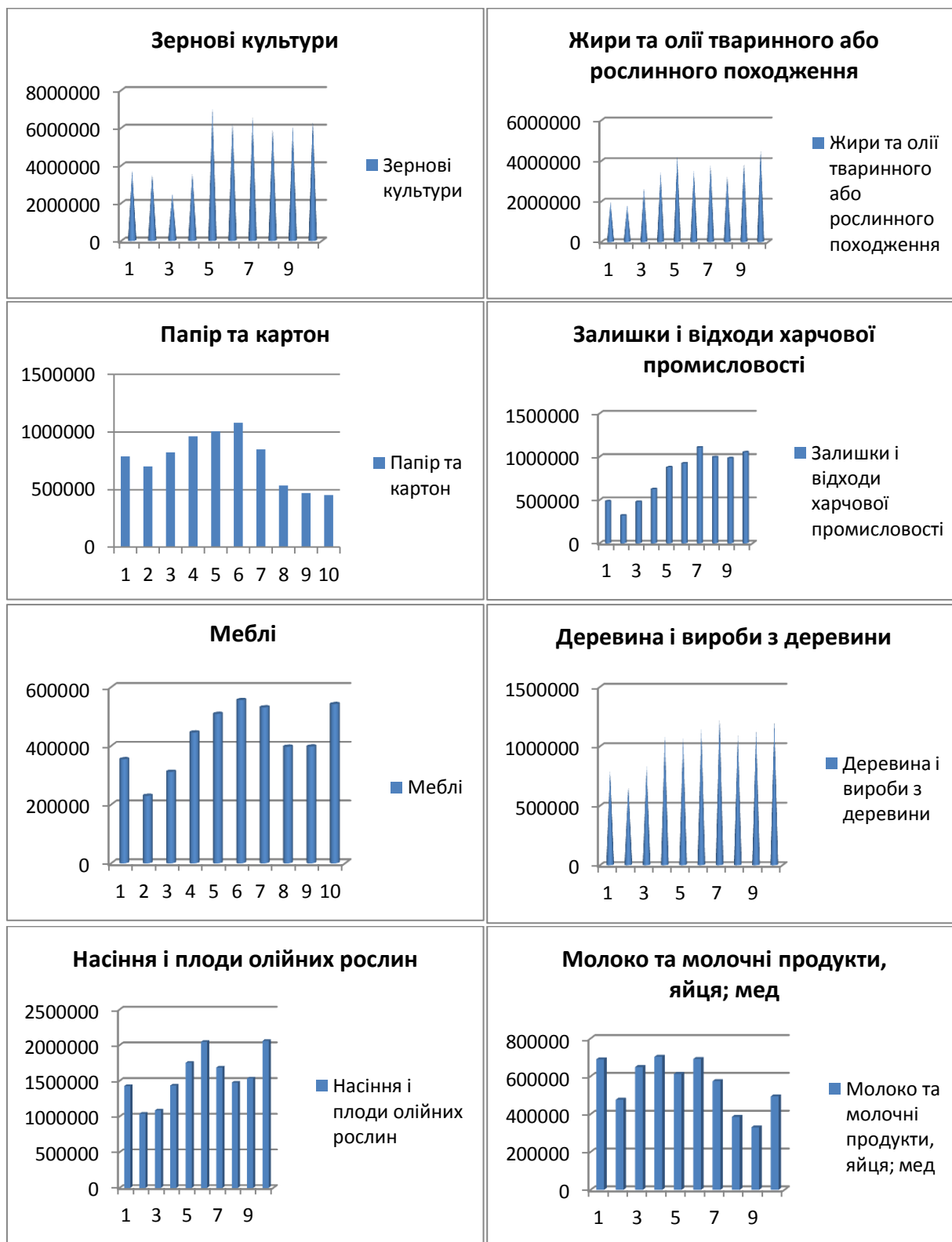


Рис. 1. (закінчення)

Зростання концентрації експорту в цілому свідчить про посилення залежності зовнішньої торгівлі країни від світових чи регіональних ринків. Високі значення показників обсягів внутрішньогалузевої торгівлі машинобудівної галузі та харчової промисловості, з одного боку, свідчать про підвищення конкурентоспроможності цієї продукції. З іншого боку, концентрація експорту окремих товарів у цих галузях може призвести до

підвищеної вразливості від коливань світових цін. Натомість низькі рівні внутрішньогалузевої торгівлі для менш традиційних галузей для країни характеризують їхню незначну участь у зовнішній торгівлі країни, їхня частка в асортименті експортної продукції має бути збільшена. Необхідність вирішення проблем високої концентрації експорту та низького рівня внутрішньогалузевої торгівлі окремих товарних груп вимагає здійснення змін у товарній структурі експорту країни.

Висновки. Зростання конкурентоспроможності вітчизняної економіки залежить від розвитку зовнішньоекономічної діяльності, стимулювання експортного потенціалу та налагодження співпраці зі стратегічними країнами-партнерами. Товарна структура експортного потенціалу є основою стратегії виходу на зовнішні ринки, визначає ефективність виробництва та напрями майбутньої спеціалізації країни в системі міжнародної торгівлі. Розвиток товарної структури та стимулювання експортоорієнтованих вітчизняних підприємств в умовах світової інтеграції є одним із пріоритетних завдань державної політики, що зумовлює актуальність дослідження даної проблематики.

Проведений аналіз показав зниження практично за всіма товарними позиціями, в експорті найбільших утрат зазнало машинобудування, продукція якого значною мірою була орієнтована на ринок СНД. Менше зниження продемонструвала продукція агропромислового комплексу, виробники якої змогли вийти на ринок ЄС та не втратити свої позиції на ринках країн Азії та Африки. У перспективі можливе нарощення поставок товарів до країн ЄС та спроби переорієнтуватися на менш вимогливі ринки країн Азії, Далекого Сходу та Африки, що вже можна спостерігати в останніх змінах географічної структури експорту України.

За результатами дослідження стану зовнішньої торгівлі України за 2008–2018 рр. в розрізі регіональних аспектів та товарних груп виявлено зміни питомої ваги пріоритетних партнерів у загальному експорті-імпорті відповідно до геополітичних інтересів держави, відзначено негативні тенденції обсягів торгівлі, акцентовано увагу на проблематиці диверсифікації експортно-імпортних потоків. Негативне сальдо торговельного балансу має тенденцію до скорочення, та зростає індекс покриття імпорту експортом, на відміну від попередніх років наявна тенденція зростання обсягів продажу товарів та послуг на зовнішні ринки над купівлею іноземних, тобто темпи падіння імпорту більш швидкі, ніж зростання експорту. Такі зміни у структурі зовнішньої торгівлі України відбулися з декількох причин:

- зниження купівельної спроможності населення України;
- скорочення потреби у високотехнологічному імпорті, що викликано девальваційними процесами;
- посилення протекціоністських заходів;
- загострення військових конфліктів на територіях видобувного та промислового секторів.

Сучасний етап розвитку економіки України на тлі інтеграційних процесів спрямований на подолання внутрішніх шоків та забезпечення сталого розвитку на основі техніко-технологічної модернізації, структурної перебудови вітчизняної економіки та експортної орієнтації. Основними складниками експортного потенціалу традиційно вважають ресурсно-сировинний, кадровий, науково-технологічний, фінансовий, промисловий, інвестиційно-інноваційний, управлінський, організаційний, інституційний та ін.

У контексті нових тенденцій нарощення експортного потенціалу та певного відставання деяких його складників можна запропонувати низку можливих інструментів нарощення слабких складників експортного потенціалу:

- впровадження фінансових та податкових пільгових коридорів для експортерів протягом первинного виходу на зовнішні ринки;
- розвиток фінансово-кредитної системи за рахунок розширення бази фінансових гравців та залучення суб'єктів міжнародного фінансового ринку для зниження вартості кредитних коштів;
- формування субсидіарних фондів для підприємств, які впроваджують інновації та сприяють розвитку прикладної науки;
- сертифікація вітчизняної продукції відповідно до міжнародних екологічних та споживчих стандартів;
- організація безкоштовних консультаційних сервісів для експортерів-початківців; створення інституції підтримки вітчизняного виробника та державної системи підготовки сучасних підприємців та менеджерів за міжнародними стандартами.

Список використаних джерел:

1. Energy security paradigm, structure of geopolitics and international relations theory: from global south perspectives NK Mohapatra. *GeoJournal*, 2017. Springer.
2. Norm Bedford (USA), William Hutchison (Canada), Sofie Bedford (Sweden) Ukraine's global strategy in the post-crisis economy: developing an intelligent nation to achieve a competitive advantage.
3. Havlik P. (2010). Ukraine, the European Union and the International Community: Current Challenges and the Agenda for Overcoming the Stalemat. *International Monetary Fund Press Release* 2010. № 10305. July 28.
4. Huot N. and Kakinaka M. Trade Structure and Trade Flows in Cambodia: A Gravity Model. *ASEAN Economic Bulletin*. 2007. Vol. 24. № 3. P. 305–319.
5. Millward J.A. *Eurasian Crossroads: A History of Xinjiang*. New York: Columbia University Press, 2007
6. Fauve A., and Gintrac C. Production de l'espace urbain et mise en scène du pouvoir dans deux capitales 'présidentielles' d'Asie Centrale. *L'espace politique*. 2009. № 2.
7. Emerson M. and Vinokurov E. Optimisation of Central Asian and Eurasian Trans-Continental Land Transport Corridors. *Europe-Central Asia Monitoring Working Paper*. 2009. № 7.
8. Belay Seyoum. *Export–Import Theory, Practices, and Procedures*. NY. : International Business Press, 2000. 485 p.
9. Masaaki K., Helsen K. *Global Marketing Management*. NY. : John Wiley & Sons. Inc. (Second Edition), 2001. 741 p.

10. Bjarne S. Jensen, Wong Kar Yiu. Dynamics, Economic Growth, and International Trade (Studies in International Economics (Ann Arbor, Mich.)). University of Michigan, 2006. 233 p.
11. Kruger A.I., Tuncer A. Estimating total factor productivity growth in a developing country. *World Bank Staff Working Paper*, 422. Washington, 2002. P. 87–100.
12. Awares R., Lopes R. Exporting and Performance: Evidence from Chilean Planrs. *Canadian Journal of Economics*. 2005. Vol. 38. № 4. P. 1384–1400.
13. Michaelly M. Exports and growth: an empirical investigation. *Journal of Development Economics*. 2003. № 4. P. 49–53.
14. Branch A.E. Element of Export Marketing and Management. Second edition. Charman and Hall, 1990. 316 p.
15. Черчик Л.М. Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*. 2015. №. 2. С. 21–26.
16. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ : монографія / А.А. Мазаракі та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 309 с.
17. Кутідзе Л.С. Визначення стратегічних домінант ефективного використання експортного потенціалу регіону. *Бізнес Інформ*. 2014. № 11. С. 53–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_10.
18. Зінов'єв Ф.В., Якушев О.О. Ефективність використання експортного потенціалу України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2012. № 2(18). Т. 2. С. 401–410.
19. Дружиніна В.В., Різніченко Л.В. Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності. *Актуальні проблеми економіки*. № 7. 2010. С. 246–252.
20. Іващук С.П. Розвиток експортного потенціалу в сучасній інтеграційній стратегії України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.02 ; Держ. вищ. навч.закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ, 2011. 20 с.
21. Геращенко І.О. Шляхи підвищення експортного потенціалу промислових підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 48. С. 99–105.
22. Бестужева С.В. Методичні засади оцінки експортного потенціалу регіону. *Регіональна економіка*. 2010. № 5. С. 75–82.
23. Байрак В.М. Організаційно-економічні механізми підвищення експортного потенціалу інвестиційного комплексу України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 ; Українська академія зовнішньої торгівлі. Київ, 2002. 18 с.
24. Большой экономический словарь / под ред. проф. А.Н. Азриляна ; 4-е изд., доп. и перераб. Москва : Институт новой экономики, 1999. 1248 с.
25. Михайловский В.П. Формирование новой парадигмы развития внешнеэкономической деятельности региона : автореф. дис. ... д.э.н. : 08.00.05 ; Рос. экон. академия им. Плеханова. Москва, 2003.
26. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : навчальний посібник ; 2-е вид. Київ : Вікар, 2002. С. 295.
27. Лазарева О.В., Вакар К.В. Розвиток експортного потенціалу аграрного сектора економіки України в умовах глобалізації. *Агросвіт*. 2019. № 1–2. С. 3–9. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2792&i=0>.
28. Сейфуллаева М.Э., Капицын В.М. Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики. *Регион*. 2006. № 3. С. 93–111.
29. Скорнякова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування : монографія. Київ : Наук. світ, 2006.
30. Гордеева Т.Ф., Циганкова Т.М. Міжнародні організації : навчально-методичний посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 183 с.

31. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. *Міжнародна економічна політика*. 2008. Вип. 1–2. 271 с. URL: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mep/2009_8_9/.../10_Melnuk1.pdf.
32. Зовнішня торгівля України: статистичний збірник. Київ, 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
33. Співробітництво між Україною та країнами ЄС: статистичний збірник. Київ, 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Наумов М.С.

*кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Федотова Ю.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

ІМПОРТОЗАЛЕЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПОСТРАДЯНСЬКИХ КРАЇН

Анотація

Розглянуто поняття та критерії відкритості економіки. Виділено негативні наслідки відкритості економіки, які пов'язані з чутливістю до зовнішніх чинників. Представлено критерії визначення імпортозалежності й охарактеризовано основний інструмент її подолання – імпортозаміщення. Визначено індикатори, які чинять найбільший вплив на інтегральний показник імпортозалежності. Кожен з індикаторів має своє граничне (найменше або найбільше значення), порогове (яке бажано не перетинати) та оптимальне значення. Проаналізовано динаміку абсолютних показників імпорту та експорту на прикладі пострадянських країн. Здійснено детальний аналіз зовнішньої торгівлі за допомогою відносних показників, які переважно є похідними та виражаються у формі коефіцієнтів.

Вступ. У сучасних економічних реаліях зовнішня торгівля є важливим складником функціонування та розвитку кожної окремої країни та світу в цілому, оскільки жодна держава не може досягти цілей сталого розвитку без побудови ефективної системи господарських зв'язків з економіками інших країн в умовах протікання глобалізаційних процесів.

У контексті міжнародних економічних відносин національні економіки розглядаються не як окремі господарські системи, а як системний комплекс взаємозв'язків суб'єктів господарювання на світовому ринку, тому роль зовнішньої торгівлі у розвитку економіки країни значно зростає. Інтеграція країн, розширення їхньої відкритості, зближення та взаємозв'язок

національних економік завдяки поглибленню зовнішньоторгових відносин, розвитку зовнішньої торгівлі становлять важливий об'єкт для дослідження.

Зазвичай економістами вважається більш ефективною тенденція позитивного сальдо торгового балансу, тобто перевищення експорту над імпортом. Однак світова економічна практика доводить, що обмеження на імпорт призводять до появи обмежень на експорт, і навпаки, державні програми підтримки експорту збільшують імпорт.

Однак, з іншого боку, збільшення частки імпорту у валовому внутрішньому продукті країни свідчить про загрозу економічній безпеці країни, оскільки свідчить про недостатній обсяг продукції вітчизняного виробництва.

Ураховуючи неоднозначність поглядів на показники імпорту як одного зі складників зовнішньої торгівлі, дослідженню його ролі в економічному розвитку (на прикладі країн – учасниць СНД) присвячено проблематику роботи.

1. Сутність та критерії визначення ступеня залежності країни від імпорту

Однією з ключових характерних рис розвитку економічних процесів сьогодні є посилення глобалізаційних тенденцій, серед яких основне місце посідають: збільшення взаємозалежності національних економік, взаємовплив і взаємозв'язок різних сфер і процесів у світовому господарстві [1, с. 10], що підтверджує висновок стосовно того чи іншого ступеня відкритості економіки.

Економічна відкритість країни зумовлює розширення напрямів її взаємодії із зовнішнім світом. Її зумовлюють різноманітні чинники, а саме: обсяги внутрішнього споживчого ринку; рівень міжнародної кооперації у сфері виробництва товарів і надання послуг; рівень економічного розвитку (потенціал макроекономічного балансування), у тому числі інфраструктури, комунікацій та зв'язку; сукупний платоспроможний попит [2].

Для визначення ступеня відкритості використовують такі показники. Найбільш поширеними є імпортна та експортна квоти, а також зовнішньоторговельна квота (розраховується як сума експорту та імпорту у величині ВВП).

Безпечний рівень імпоротної залежності знаходиться на рівні 15% імпорту у ВВП країни. Проте стосовно граничних значень експортної та імпоротної квот, які свідчать про відкритість чи закритість економіки, серед науковців існують два підходи.

Перший підхід ґрунтується на тому, що економіку можна вважати відкритою, якщо значення експортної та імпоротної квот перевищують 10%.

Представники іншого підходу вважають, значення експортної та імпоротної квот на рівні 10% не відповідають сучасним реаліям і були адекватні для 50–70-х років минулого століття. Ураховуючи особливості функціонування і розвитку сучасного світового господарства, пропонують встановити граничні значення експортної та імпоротної квот на рівні 45%.

Оскільки наведені показники мають певну неоднозначність трактування, їх значення можуть бути скориговані внаслідок відповідної політики уряду: під час реалізації протекціоністських заходів значення імпоротної квоти зменшується, а експортної – зростає під час посилення конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Якщо експорт нижче імпорту і внутрішній ринок країни зорієнтований на збут товарів і послуг іноземного виробництва, значення зовнішньоторговельної квоти набуває від’ємного значення.

Іншими важливими показниками відкритості економіки є коефіцієнти еластичності експорту та імпорту. Аналітичний зміст цих показників полягає у такому: якщо коефіцієнти еластичності експорту та імпорту зростають, то відкритість економіки посилюється.

Коефіцієнт еластичності експорту може бути розрахований двома способами. Перший спосіб передбачає відношення зміни експорту до зміни ВВП країни, що дає змогу оцінити роль експортних операцій в економічному розвитку держави. Згідно з іншим способом, коефіцієнт еластичності експорту визначається як співвідношення зміни експорту країни і зміни ВВП держав, які імпортують експортну продукцію, що дає змогу визначити, як відкликається вітчизняний експорт на зростання економічної активності у світі.

Величина коефіцієнтів еластичності експорту та імпорту більше одиниці свідчить про зростання відкритості економіки, а менше одиниці – про збереження відкритості у незмінному стані.

За рівнем відкритості розрізняють поняття великої та малої відкритої економіки. Країна з великою відкритою економікою – це країна, економіка якої завдяки її масштабам, участі у міжнародному поділі праці, ступеню впливу на світові ринки товарів, капіталів і послуг, а також наявним національним економічному і ресурсному потенціалам має реальний вплив на формування основних економічних світових параметрів, а саме: рівня інфляції і цін, динаміки попиту та пропозиції на групи найбільш важливих товарів; стан світових фінансових ринків, включаючи рух ставки відсотка; політику в галузі визначення міжнародних норм і правил, які регулюють зовнішньоекономічні зв’язки. До країн із великою відкритою економікою належать США, Японія, Німеччина тощо.

Країни з малою відкритою економікою не мають істотного впливу на процеси світового ринку і на рух світової ставки відсотку. Розвиток таких економік здійснюється під впливом тенденцій, які складаються на світових ринках.

Відкритість національних економік має певні негативні наслідки, які пов’язані з формуванням економічної залежності внаслідок чутливості до таких чинників: різкої зміни кон’юнктури на світовому ринку; пригнічення розвитку неконкурентних секторів економіки; посилення конкуренції та витіснення вітчизняних товарів із внутрішнього ринку.

Невідповідність структури вітчизняного виробництва потребам внутрішнього ринку призводить до збільшення імпорту товарів, дисбалансу у структурі зовнішньої торгівлі, що, відповідно, посилює імпортозалежність.

Висока залежність від імпорту товарів і послуг формує вразливість економіки до впливу зовнішніх чинників, таких як коливання цін на світових ринках, недобросовісна економічна поведінка країн-експортерів та ін. Окрім того, зовнішній економічний тиск нерідко виступає інструментом у міжнародній конкурентній боротьбі і може призвести до цінової війни та збройного протистояння за встановлення контролю над стратегічними ресурсами. Саме тому, як демонструє світовий досвід, більшість країн світу на певному етапі свого розвитку запроваджувала політику імпортозаміщення для захисту певних секторів економіки до моменту досягнення ними достатнього рівня конкурентоспроможності на світовому ринку. Слід зауважити, що такі країни, як Великобританія, США, Німеччина та Японія, у минулому активно використовували протекціоністські заходи для підтримки вітчизняного товаровиробника.

Під час розроблення політики зниження залежності від імпорту – імпортозаміщення – виникає питання про критерії імпортозалежності. Аксіоматично, що для забезпечення результативності такої політики необхідно сформулювати компоненти та обсяги імпортозаміщення для кожного часового інтервалу.

В економічній літературі представлені результати досліджень імпорто-споживання за видами економічної діяльності та його впливу на економіку країни.

Сутність першого підходу полягає у тому, що оцінка імпортозалежності передбачає систему з трьох груп показників.

Перша група включає зведені оцінки імпортозалежності та її основних сегментів внутрішнього ринку економіки (ринку продукції проміжного призначення, споживчого ринку та ринку інвестиційної продукції). У складі імпорту виділяють імпорт проміжного призначення та імпорт для кінцевого використання. У склад останнього включається імпорт для кінцевого споживання домогосподарств та імпорт, який ураховується у валовому нагромадженні. Методологія розрахунку імпортозалежності в розрізі економіки та її сегментів включає співвідношення імпорту i -того виробу до сукупного обсягу імпорту та використаної (виробленої) вітчизняної продукції по i -тому виробу.

Друга та третя групи включають відповідно показники оцінки залежності від імпорту галузевих виробництв і повних витрат імпорту у вартості кінцевої вітчизняної продукції та розраховуються для підсистем найнижчого порядку – галузей та підприємств за тією ж методикою співставлення обсягу імпорту до обсягу виробленої продукції, у тому числі з участю імпортних поставок [3, с. 34].

Другий підхід ґрунтується на визначенні показника рівня імпортозалежності зовнішньоекономічної діяльності, який визначається як співвідношення вартісного обсягу імпорту i -го виду економічної діяльності за певний період (t) до обсягу валової доданої вартості i -го виду економічної діяльності за період t . Доцільність цієї методики полягає у тому, що чим більше буде абсолютна величина розрахункового показника, тим вище

рівень імпортозалежності, і, навпаки, чим нижче буде абсолютна величина розрахункового показника, тим нижче рівень імпортозалежності [4, с. 22].

Описані вище методи розрахунку враховують у складі імпорту як конкурентний (той, виробництво якого можна організувати всередині країни), так і неконкурентний (виробництво якого власними силами всередині країни неможливе).

Ще одним показником є коефіцієнт залежності імпорту, який розраховується для продукції сільського господарства. Цей показник є частиною набору індикаторів продовольчої безпеки ФАО (2017 р.) у вимірі «стабільність». Коефіцієнт залежності від імпорту зернових указує на те, скільки імпортованих внутрішніх продовольчих запасів зернових було імпортовано і скільки надходить із власного виробництва країни. Він обчислюється як $(\text{імпорт зернових} - \text{експорт зернових}) / (\text{виробництво зернових} + \text{імпорт зернових} - \text{експорт зернових}) * 100$. Ураховуючи цю формулу, показник передбачає лише значення менше або дорівнює 100. Негативні значення вказують на те, що країна є нетто-експортером зернових [5, с. 10].

Цей показник є показником залежності країни або регіону від імпорту зернових. Чим більше індикатор, тим вище залежність. Індикатор розраховується в середньому за три роки, з 1990 по 1992 р. до 2009–2011 рр., щоб зменшити вплив можливих помилок в оціночному виробництві й торгівлі внаслідок труднощів у правильному обліку коливань запасів основних продуктів харчування.

Ураховуючи це, показник рівня імпортозалежності повинен визначатися відношенням показника неконкурентного імпорту до обсягу виробленої продукції, у тому числі з урахуванням імпортних поставок, які включають конкурентний і неконкурентний імпорт. Саме обчислений таким методом показник допоможе оцінити істинну залежність економіки країни від закордонних виробників.

Політика імпортозаміщення є основним інструментом подолання імпортозалежності. Цьому питанню присвячували свої праці представники різних економічних напрямів. Для розроблення ефективної політики імпортозаміщення необхідно визначити критичну величину імпортозалежності за кожним видом виробу (компоненту). Критичну величину імпортозалежності можна визначити величиною значення неконкурентного імпорту у складі стратегічно важливих видів продукції, що в ідеальному випадку повинне дорівнювати 0.

Теоретичною основою політики імпортозаміщення є модель Зінгера-Пребіша. Сутність цієї моделі полягає у посиленні експорту товарів, менш чутливих до економічних коливань, аніж корисні копалини, а не усунення торгівлі взагалі. У 1950 р. Рауль Пребіш висунув гіпотезу стосовно того, що експортні ціни на сировину зменшуються швидше, ніж імпортні ціни на готові промислові вироби. Отже, співвідношення експортних цін на сировину та імпортних цін на готові вироби змінюється на користь останніх, що свідчить про погіршення умов торгівлі (terms of trade). За такої

ситуації економічне становище країн, що експортують сировину (такі країни є тими, які розвиваються), поступово погіршується. Докази на користь цієї теорії були здобуті емпіричним шляхом.

Окрім того, Р. Пребіш запропонував використовувати поняття «центр», до якого належать промислово розвинені країни, та «периферія» (сюди автор відносить економічно відсталі райони світу). Такий поділ став основою виникнення теорії периферійної економіки, а також порушив низку практичних питань, пов'язаних із підвищенням якості експортного складника латиноамериканських економік та їхньої індустріалізації.

Цікавим є погляд іншого вченого – Саміра Аміна. Підкреслюючи цілісний характер наявної системи економічних зв'язків, він обґрунтовує економічне зростання розвинених капіталістичних країн посиленням експлуатації колоній та залежних країн, що спричиняє розрив у темпах їхнього розвитку. Система відтворює сама себе, успішно опираючись спробам окремих країн вирватися з-під її контролю (шляхом побудови автаркійних економік) або принциповим шляхом реформувати систему міжнародних відносин, яка склалася у її межах [6].

С. Амір стверджує, розвиток капіталізму в сільському господарстві периферії гальмується не традиційними виробничими відносинами, а орієнтацією на експорт. Учений пропонує можливість нової «міжнародної спеціалізації», у якій країни, що розвиваються, матимуть можливість стати постачальниками промислових товарів. Останнє стає можливим у результаті розвитку імпортозамінної індустріалізації, що змінить структуру виробництва та призведе до розширення внутрішнього ринку.

Однак доцільність проведення політики імпортозаміщення неоднозначно трактується представниками різних економічних шкіл.

Так, кейнсіанці вважали витіснення та скорочення імпорту основним інструментом урегулювання платіжного балансу. Підтримка вітчизняного виробника здійснюється як шляхом субсидування, так через підвищення митних тарифів, застосування адміністративних бар'єрів, квотування та ін.

Представники школи монетаристів, навпаки, виступали за вільний рух товарів, капіталу і послуг.

Отже, єдиної думки стосовно імпортозаміщення як шляху подолання залежності від імпорту немає.

На нашу думку, в основі імпоротної політики має бути підтримка збалансованості зовнішньої торгівлі. Рівень збалансованості експортно-імпортних товарних потоків відображає перерозподіл доходів і видатків між країнами, є важливим інструментом, за допомогою якого економічна політика держави впливає на її торговельних партнерів. Низький рівень збалансованості може стати джерелом розбіжностей між країнами. Наскільки загрозливою є зовнішня торгівля для економіки країни, залежить від загальносвітових умов і міждержавних угод, які регулюють економічні відносини між торговельними партнерами.

2. Аналіз імпортозалежності країн

Значна залежність від імпорту перешкоджає сталому розвитку економіки і робить її залежною від зовнішньої кон'юнктури. Для національної економіки це особливо небезпечно, оскільки вітчизняний експорт має переважно сировинний характер. Збільшення імпорту заважає розвитку внутрішнього виробництва, стимулює перетікання ресурсів зі сфери виробництва у сферу торгівлі.

Для різних груп товарів частка імпорту у внутрішньому споживанні є неоднаковою. Конкурентоспроможні виробництва витримують конкурентний тиск імпорту, а неконкурентоспроможні вимушені поступатися своєю часткою внутрішнього ринку. Поширення імпорту на внутрішньому ринку відбувається також унаслідок несприятливого інвестиційного клімату та недосконалої системи захисту вітчизняних товаровиробників.

Для визначення потреби в імпортозаміщенні визначають рівень імпортозалежності галузей промисловості [7, с. 213]:

$$Q_{im} = \frac{Im}{ОРПП + Im} \times 100\% , \quad (2.1)$$

де Q_{im} – рівень імпортозалежності (частка імпортової продукції у загальній товарній пропозиції), грн.;

Im – обсяг імпорту, грн.;

$ОРПП$ – обсяг реалізованої промислової продукції власного виробництва, грн.;

$ОРПП + Im$ – загальна товарна пропозиція, грн.

Інший підхід до розрахунку імпортозалежності полягає в аналізі певних індикаторів, які частково подібні до оцінки зовнішньоекономічної безпеки, проте адаптовані та доповнені для визначення імпортозалежності в розрізі галузей. Відбір множини індикаторів здійснюється з урахуванням світового досвіду та напрацювань вітчизняних учених. Індикатори, які чинять найбільший вплив на інтегральний показник, такі: частка імпорту у внутрішньому споживанні, %; відношення обсягу імпорту до обсягів виробництва вітчизняної продукції, разів; коефіцієнт покриття імпорту експортом, разів. Кожен з індикаторів має своє граничне (найменше або найбільше значення), порогове (яке бажано не перетинати) та оптимальне значення (табл. 2.1). Інший спосіб визначення імпортозалежності ґрунтується на використанні даних таблиць «Витрати – Випуск» і включає три групи оцінок.

До першої групи належать зведені оцінки імпортозалежності економіки та основних сегментів внутрішнього ринку, визначені методом прямого рахунку. Для зведених характеристик імпортозалежності економіки й основних сегментів внутрішнього ринку застосовуються такі формули:

Таблиця 2.1

Індикатори імпортої залежності галузей промисловості [7, с. 214]

Показники	Нижня границя	Нижній поріг	Нижня норма	Верхня норма	Верхній поріг	Верхня границя	Примітка
Частка імпорту у внутрішньому споживанні, %	10	15	20	25	30	42	не більше 30%
Відношення обсягів імпорту до обсягів реалізації вітчизняної продукції, %	10	30	40	49	50	60	не більше 50%
Відношення обсягу імпорту до обсягів виробництва вітчизняної продукції, разів	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,4	0,2
Коефіцієнт покриття імпорту експортом, разів	0	0,5	1	1,2	2	3	менше 1

$$IZ_E = \frac{IM}{X + M} \quad (2.2)$$

$$IZ_K = \frac{IM_K}{X_K + M_K} \quad (2.3)$$

$$IZ_{EI} = \frac{IM_I}{(X_I + IM_I)} \quad (2.4)$$

$$IZ_{EI} = \frac{IM_I}{(X_I + IM_I)} \quad (2.5)$$

Сегменти позначено індексами К, К=1, 2, 3. Виділяються такі сегменти: ринок продукції поміжного призначення, споживчий ринок та ринок готової інвестиційної продукції.

У складі імпорту виділяються імпорт проміжного призначення та імпорт для кінцевого використання. До складу останнього включається імпорт для кінцевого споживання (домашніх господарств) та імпорт, який ураховується у валовому нагромадженні основного капіталу.

IZ_E та IZ_K – зведені характеристики імпортозалежності економіки і сегментів внутрішнього ринку, IM – обсяг імпортої продукції, X – обсяг використаної (виробленої) вітчизняної продукції, i – індекс виду продукції;

IZ_E – частка сукупного обсягу імпорту, застосованого в економіці, у сукупному обсязі використаних в економіці ресурсів продукції (вітчизняної та імпортої). Ресурси, спрямовані на експорт, не виключаються із знаменника, оскільки під час їх виробництва використовується імпорт;

IZ_K – частка імпортової продукції IM_K в обсязі продукції, використаної на проміжне споживання економіки ($K=1$), на кінцеве споживання домашніх господарств ($K=2$) та валове нагромадження основного капіталу ($K=3$);

IZ_{Ei} та IZ_{Ki} – характеристики імпортозалежності економіки і сегментів внутрішнього ринку про продукції виду i ;

IZ_{Ei} – частка імпорту виду i (IM_i) у продукції виду i , використаної в економіці;

IZ_{Ki} – частка використаного у напрямі K імпорту виду i (IM_{Ki}) в обсязі продукції виду i , використаної у напрямі K .

До другої групи оцінок включається метод прямого рахунку. Для оцінки залежності галузевих виробництв від імпорту розраховуються показники двох типів: ті, які характеризують частку імпорту в обсязі використаної під час виробництва продукції, та імпортоємність галузевого випуску.

1. Частка імпорту в продукції виду i , використаної в проміжному споживанні галузі j :

$$IZ_{ij} = \frac{IM_{ij}}{X_{ij} + IM_{ij}} \quad (2.6)$$

2. Частка імпорту в проміжному споживанні галузі j :

$$IZ_{PPij} = \frac{\sum_i IM_{ij}}{\sum_i (X_{ij} + IM_{ij})} \quad (2.7)$$

3. Імпортоємність випуску галузі j по продукції i :

$$im_{ij} = \frac{IM_{ij}}{X_j} \quad (2.8)$$

4. Імпортоємність випуску галузі j :

$$im_{xj} = \frac{\sum IM_{ij}}{X_j} \quad (2.9)$$

Третя група показників – оцінка повних витрат імпорту у вартості кінцевої вітчизняної продукції. Для оцінки повних витрат імпорту у сукупному обсязі вартості кінцевої вітчизняної продукції (сумарна оцінка вітчизняної продукції в кінцевому споживанні, валовому нагромадженні та експортній) використовується формула, де у чисельнику знаходиться оцінка імпорту проміжного призначення (спожитого в галузевих виробництвах):

$$IZ_{KIO} = \frac{IM_{PP}}{KP + VN + EX} \quad (2.10)$$

Для повної оцінки частки імпорту у вартості різних видів кінцевої вітчизняної продукції, спрямованій на кінцеве споживання, на нагромадження і на експорт, застосовуються більш складні схеми розрахунку, які ґрунтуються на врахуванні коефіцієнтів повної імпортоємності різних видів кінцевої вітчизняної продукції.

Починаючи з 2000 р. обчислюють та оприлюднюють частку продажу споживчих товарів, які вироблені на території України, через торговельну мережу підприємств. Державна служба статистики визначає рівень самозабезпеченості основними видами продовольства як відношення виробництва до внутрішнього використання на території України.

На функціонування міжнародної торгівлі чинять вплив найрізноманітніші соціально-економічні чинники, зумовлені географічними, політичними та національними особливостями.

Аналіз і прогнозування імпорту товарів має велике значення, оскільки конкуренція, зумовлена пропозицією імпортованих товарів, сприяє розвитку вітчизняного виробництва та підвищенню якості виготовленої в країні продукції. Імпорт є необхідною умовою міжнародного обміну, без якого експорт вітчизняної продукції не зміг би знайти попит.

Обсяг і структура імпорту тієї чи іншої країни залежать як від потреби або необхідності в імпорті, яка визначається станом виробництва, так і від можливості країни купувати ці товари, тобто від попиту на імпорт.

Рівняння попиту на імпорт, запропоноване МВФ, виглядає так [8, с. 213]:

$$\frac{M}{P_m} = f\left[\frac{Y_d}{P_y}, \frac{P_m}{P_y}\right], \quad (2.11)$$

де M – вартість імпорту; P_m – ціна імпорту; Y_d – внутрішній попит; P_y – рівень внутрішніх цін.

Обсяг імпорту збільшується за збільшення змінної обсягу, якою може виступати або реальний дохід, або реальні внутрішні витрати.

Змінна конкурентоспроможності цін відображає реакцію обсягу попиту на зміну відносних цін, які відображають як рух внутрішніх та світових цін у відповідних валютах, так і зміни обмінного курсу.

Залежність тут має зворотний характер, тобто за зростання цін на імпортовані товари порівняно з товарами, які виготовляються всередині країни, спостерігається тенденція до заміщення імпортованих товарів вітчизняними.

Крім того, економістами стверджуються, що збільшення ВВП передбачає зростання й імпорту. Однак, на нашу думку, цей підхід не є однозначним, оскільки не враховує зміну світових цін на продукцію, яка імпортується.

Конкретні функції попиту на імпорт можуть бути різними для капітальних, проміжних та споживчих товарів, тому доцільно розбити імпорт на окремі групи товарів, а також розділяти дешеві й дорогі. Перша група часто пов'язана з демпінгом і потребує особливої державної підтримки, а інші залежать від реальних доходів населення.

Проаналізуємо динаміку абсолютних показників імпорту та експорту на прикладі країн – членів СНД та України.

Дані табл. 2.2 свідчать про наявність зовнішньої торгівлі серед усіх чотирьох представлених країн. Найнижчі показники експорту демонструє Вірменія (4 307 млн. дол. порівняно з 55 894 млн. дол. експорту в Казахстані станом на 2017 р.).

Таблиця 2.2

Динаміка експорту та імпорту за 2015–2017 рр. [9]

№	Країна	Експорт, млн. дол.			Імпорт, млн. дол.		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	Казахстан	52 992	43 569	55 894	45 427	39 132	42 965
2	Україна	47 862	46 008	53 868	50 224	52 461	65 512
3	Білорусь	32 798	29 927	36 550	32 697	29 959	36 369
4	Вірменія	3 136	3 500	4 307	4 418	4 516	5 170

За рейтингом країн світу за обсягом експорту товарів і послуг із вибраних для аналізу країн найвищу позицію у рейтингу займає Казахстан (48 позиція у рейтингу), далі країни розташовані у такому порядку: Україна (50-е місце), Білорусь (63-е місце) та Вірменія (116-е місце). Рейтинг країн за обсягом імпорту відображає таку послідовність: Україна (48-е місце), Казахстан (58-е місце), Білорусь (61-е місце), Вірменія (117-е місце).

Україна, Білорусь та Вірменія мають позитивну динаміку імпорту протягом 2015–2017 рр.

Наступний важливий параметр оцінки зовнішньоекономічної діяльності країни – це розрахунок торговельного сальдо (S), яке визначається як різниця вартісних обсягів експорту (E) й імпорту (I) країни за певний період [10, с. 30]:

$$S = E - I \quad (2.12)$$

Активне торговельне сальдо – це перевищення експорту товарів і послуг імпортом. Воно свідчить про те, що зовнішньоторговельні відносини позитивні для країни.

Пасивне торговельне сальдо – це перевищення обсягу імпорту над експортом країни.

Визначимо величину торговельного сальдо для вибраних чотирьох країн у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Торговельне сальдо країн за 2015–2017 рр. [9]

№	Країна	Експорт, дол.			Імпорт, дол.			Торговельне сальдо, дол.		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	Казахстан	52 992	43 569	55 894	45 427	39 132	42 965	7 565	4 437	12 929
2	Україна	47 862	46 008	53 868	50 224	52 461	65 512	-2 362	-6 453	-11 644
3	Білорусь	32 798	29 927	36 550	32 697	29 959	36 369	101	-32	180
4	Вірменія	3 136	3 500	4 307	4 418	4 516	5 170	-1 282	-1 016	-863

Отже, за даними табл. 2.3 можна зробити висновок, що Казахстан та Білорусь (у 2015 та 2017 рр.) мають активне торговельне сальдо, тоді як Україна та Вірменія – пасивне.

Більш детальний аналіз зовнішньої торгівлі можна зробити за допомогою відносних показників, які переважно є похідними та виражаються у формі коефіцієнтів, часток.

Окрім описаних вище показників, розраховують коефіцієнт покриття імпорту експортом (індекс стану балансу), який визначається як [19, с. 32]:

$$I_{i/e} = \frac{E}{I}, \quad (2.13)$$

де $I_{i/e}$ – коефіцієнт покриття імпорту експортом.

Визначимо індекс стану балансу в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Коефіцієнт покриття імпорту експортом [9]

№	Країна	Експорт, дол.			Імпорт, дол.			Коеф. покр. імп. експ.		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	Казахстан	52 992	43 569	55 894	45 427	39 132	42 965	1,167	1,113	1,301
2	Україна	47 862	46 008	53 868	50 224	52 461	65 512	0,953	0,877	0,822
3	Білорусь	32 798	29 927	36 550	32 697	29 959	36 369	1,003	0,999	1,005
4	Вірменія	3 136	3 500	4 307	4 418	4 516	5 170	0,710	0,775	0,833

Торговельний баланс має позитивне сальдо, якщо даний коефіцієнт буде більшим за одиницю (за статистичними даними, позитивне сальдо мають Казахстан протягом 2015–2017 рр. та Білорусь у 2015 та 2017 рр.). Україна та Вірменія мають від’ємне сальдо.

За рекомендаціями Всесвітнього банку, ця частка не повинна бути більше 15%. Як бачимо за даними рис. 2.1, для Білорусі, Вірменії та України частка високотехнологічної продукції в експорті продукції промислової промисловості не перевищує 10%, тоді як у Казахстані її значення перевищує 20%.

Наступна група показників – це показники інтенсивності, до яких належать експортна, імпортна та зовнішньоторговельна квоти.

Експортна квота (K_E) визначається за формулою [10, с. 33]:

$$K_E = \frac{E}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.13)$$

де E – обсяг експорту за певний період часу;

$ВВП$ – валовий внутрішній продукт за аналогічний період часу.

Імпортна квота (K_I) розраховується за формулою [10, с. 33]:

$$K_I = \frac{I}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.14)$$

де I – обсяг імпорту за певний період.

Зовнішньоторговельна квота ($K_{ЗТ}$) визначається так [10, с. 33]:

$$K_I = \frac{0,5 * (E + I)}{ВВП} \times 100\% \quad (2.15)$$

Використовуючи зазначені формули, розрахуємо показники інтенсивності для вибраних країн (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Визначення показників інтенсивності
зовнішньоекономічних операцій [9]**

Показник	Рік			
	2014	2015	2016	2017
Казахстан				
ВВП за ПКС, млрд. дол.	432,14	442,00	451,67	478,57
Експорт, млрд. дол.	86,93	52,99	43,57	55,89
Імпорт, млрд. дол.	56,98	45,43	39,13	42,96
Експортна квота, %	20,12	11,99	9,65	11,68
Імпортна квота, %	13,19	10,28	8,66	8,98
Зовнішньоторговельна квота, %	16,65	11,13	9,15	10,33
Україна				
ВВП за ПКС, млрд. дол.	374,57	341,58	353,74	369,57
Експорт, млрд. дол.	65,44	47,86	46,01	53,87
Імпорт, млрд. дол.	70,04	50,22	52,46	62,51
Експортна квота, %	17,47	14,01	13,01	14,58
Імпортна квота, %	18,70	14,70	14,83	16,91
Зовнішньоторговельна квота, %	18,08	14,36	13,92	15,75
Білорусь				
ВВП за ПКС, млрд. міжн. дол.	179,44	174,41	171,86	179,37
Експорт, млрд. дол.	43,30	32,79	29,93	36,55
Імпорт, млрд. дол.	43,79	32,69	29,96	36,37
Експортна квота, %	24,13	18,80	17,42	20,38
Імпортна квота, %	24,40	18,74	17,43	20,28
Зовнішньоторговельна квота, %	24,27	18,77	17,42	20,33
Вірменія				
ВВП за ПКС, млрд. дол.	24,47	25,53	25,88	28,34
Експорт, млрд. дол.	3,32	3,14	3,50	4,31
Імпорт, млрд. дол.	5,49	4,42	4,52	5,71
Експортна квота, %	13,56	12,28	13,52	15,19
Імпортна квота, %	22,44	17,31	17,47	20,15
Зовнішньоторговельна квота, %	18,00	14,80	15,49	17,67

Показник експортної квоти, який становить менше ніж 10%, свідчить про те, що економіка країни вважається відносно закритою, а якщо більше 35% – відносно відкритою. Як бачимо за даними таблиці 2.4, усі чотири країни мають розмір експортної квоти більше 10%, отже, економіка Білорусі, Вірменії, Казахстану та України наближається до відносно відкритої.

Отже, аналіз показників відкритості економіки пострадянських країн дає змогу зробити висновок про її відкритість, про що свідчить наявність

експортно-імпортних операцій на рівні більше 10% ВВП. Проте варто зазначити, що останнім часом ступінь відкритості економіки країн СНД, а також України не перевищує критерій 35%. Така тенденція свідчить про посилення зовнішньоекономічної політики держави. Для порівняння: частка експорту у ВВП колишнього Радянського Союзу становила 7,4%, а імпорту – 7,8%. Очевидно, що величина даних показників говорить про високий ступінь закритості радянської економіки.

Висновки. Встановлено, що економічна відкритість країни зумовлює розширення напрямів її взаємодії із зовнішнім світом. Для визначення ступеня відкритості представлено такі показники: імпортна та експортна квоти, а також зовнішньоторговельна квота.

Визначено, що відкритість національних економік має певні негативні наслідки через чутливість національної економіки до дії таких чинників: різкої зміни кон'юнктури на світовому ринку; пригнічення розвитку неконкурентних секторів економіки; посилення конкуренції та витіснення вітчизняних товарів із внутрішнього ринку.

Зазначено, що невідповідність структури вітчизняного виробництва потребам внутрішнього ринку призводить до збільшення імпорту товарів, дисбалансу у структурі зовнішньої торгівлі, що, відповідно, посилює імпортозалежність. Висока залежність від імпорту товарів і послуг формує вразливість економіки до впливу зовнішніх чинників, таких як коливання цін на світових ринках, недобросовісна економічна поведінка країн-експортерів та ін.

Визначено, що в основі імпоротної політики має бути підтримка збалансованості зовнішньої торгівлі. Рівень збалансованості експортно-імпортних товарних потоків відображає перерозподіл доходів і видатків між країнами, є важливим інструментом, за допомогою якого економічна політика держави впливає на її торговельних партнерів. Низький рівень збалансованості може стати джерелом розбіжностей між країнами.

Наведено рейтинг країн світу за обсягом експорту товарів і послуг: найвищу позицію у рейтингу займає Казахстан (48 позиція у рейтингу), далі країни розташовані у такому порядку: Україна (50-е місце), Білорусь (63-е місце) та Вірменія (116-е місце). Рейтинг країн за обсягом імпорту відображає таку послідовність: Україна (48-е місце), Казахстан (58-е місце), Білорусь (61-е місце), Вірменія (117-е місце). Виявлено схожі тенденції у зовнішній торгівлі вибраних для аналізу країн пострадянського простору, а саме: висока залежність від імпорту, передусім високотехнологічної продукції (машини та обладнання), а також паливно-енергетичних ресурсів (природного газу та нафти), що пов'язано з географічними особливостями, а також повільною адаптацією країн СНД по потреб внутрішнього попиту внаслідок особливості процесів поділу праці у СРСР.

Представлено модель аналізу та прогнозування імпорту товарів, яку розробив МВФ, де основними економічними чинниками, які визначають обсяг імпорту, є внутрішній дохід, або реальний ВВП країни; ціновий фактор, який відображає співвідношення внутрішніх цін і світових цін на імпортовані товари.

Список використаних джерел:

1. Пазізіна С.М. Імпортозаміщення в системі структурних зрушень виробництва та зовнішньої торгівлі України : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 ; Терноп. нац. екон університет. Тернопіль, 2012. 255 с.
2. Антоненко І. Відкрита економіка в умовах глобалізації суспільства. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2010_14/Antonenko%20.pdf.
3. Венцовський Д.Ю. Забезпечення національних інтересів в умовах імпортозалежності внутрішнього товарного ринку. *Стратегічні пріоритети*. 2017. № 2(43). С. 32–44.
4. Ішук С.О., Созанський Л.Й. Оцінка імпортозалежності економіки України (за сегментами споживання продукції переробної промисловості): науково-аналітична доповідь. Львів : НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього Національної академії наук України», 2018. 42 с.
5. Кремень О.І. Відкритість економіки та напрямки її оцінки. *Економічний простір*. 2009. № 31. С. 5–21.
6. Гончарова Т.М. Теория неравномерного развития Самира Амина: критическая точка зрения. *Молодой ученый*. 2009. № 12. URL: <https://moluch.ru/archive/12/877/> (дата звернення: 30.03.2019).
7. Полторак А.С. Стратегія імпортозаміщення товарів легкої промисловості в системі напрямів економічного зростання України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 5. С. 212–215.
8. Олефір В.К. Оцінка імпортозалежності ринку продовольчих товарів України. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 4. С. 212–215.
9. Офіційний сайт Кноема. URL: <https://knoema.ru> (дата звернення: 30.03.2019).
10. Международные экономические отношения: теория и политика : учебное пособие / под ред. Ю.Г. Козака. Киев : ЦУЛ, 2013. 360 с.

Островський І.А.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
Харківського національного університету
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Можайкіна Н.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
Харківського національного університету
міського господарства імені О.М. Бекетова*

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація

Інституціоналізація інноваційного розвитку є необхідною передумовою сучасних структурних змін. Для прискорення впровадження науково-технологічних розробок, а також для зміцнення зв'язків між наукою і бізнесом треба створити механізм розвитку та вдосконалення інститутів

інноваційної інфраструктури, елементи якої виступають організаційно-економічною формою реалізації інноваційної діяльності.

Значення регіональних підсистем у комплексі інноваційного розвитку економіки держави й увага до неї у світі неухильно зростають. Під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів в європейських країнах формується парадигма нового регіоналізму, що підтверджується функціонуванням відповідних інститутів, які сприяють регіональній інтеграції та співробітництву регіонів. Багатоаспектність процесів кластерного розвитку території зумовлює необхідність створення мультікластерів як міжгалузевих економічних систем, що характеризуються спеціалізацією учасників декількох пріоритетних для території видів економічної діяльності, об'єднаних загальним технологічним ядром.

Сучасна інноваційна політика має спиратися на врахування і використання чинників інституційного порядку. Негативне ставлення до культурно-історичних та ціннісно-інституційних основ кожної країни та спроби все уніфікувати відповідно до кон'юнктурних міркувань можуть призвести до постійного відставання від лідерів світового інноваційного розвитку.

Вступ. Присудження Нобелівської премії 2018 р. американському економісту Полу Ромеру за дослідження впливу технологічних інновацій під час довгострокового макроекономічного аналізу підкреслило актуальність і своєчасність наукових досліджень проблем інноваційних процесів. Саме інноваційний складник має бути визначальним під час обґрунтування стратегічних наукових та виробничих пріоритетів розвитку держави та її регіонів. Мистецтво державного управління щодо розрізнення поточних короткострокових і головних довгострокових цілей оцінюють за підсумками технологічної модернізації, що є підґрунтям соціально-економічного прогресу суспільства. Водночас науково-технологічні зміни суттєво залежать від інституціонального середовища, що склалося, і від комплексу інституціональних змін, що повинні сприяти впровадженню необхідних інновацій.

Проблеми інституціоналізації сучасних інноваційних процесів на національному і регіональному рівнях знайшли місце в працях багатьох закордонних (А. Алчіан, Д. Норт, О. Уільямсон, Г.Б. Клейнер, А.В. Олейник та ін.) і вітчизняних фахівців, зокрема: В.М. Гесця, А.А. Гриценка, Б.М. Данилишина, В.В. Дементьєва, В.П. Вишневського, В.П. Решетило, Д.І. Олійника, Л.І. Федулової [1–7]. Водночас потребують узагальнення і досліджень методологічні особливості та суперечності становлення інститутів інноваційного розвитку за сучасних умов розвитку української економіки та її регіонів.

Метою даного дослідження є аналіз особливостей та суперечностей інституціоналізації сучасних інноваційних процесів в Україні на макро- і мезорівнях з урахуванням закордонного досвіду і конкурентних переваг.

1. Інституціоналізація сучасних інноваційних процесів: теоретичні засади та закордонний досвід

Сучасні структурні проблеми України та її регіонів, зокрема нечутливість до інноваційних процесів, зумовлені суттєвими макроекономічними обмеженнями, серед яких найважливішими є демографічні негативи, зменшення масштабів економіки країни, прогресуюча деіндустріалізація, висока ресурсомісткість виробництва, зокрема низька енергоефективність, зростаюче боргове навантаження. Найбільш дестабілізуючу роль грають воєнні події на Сході держави.

Масштаб національної економіки України, виражений в обсягах ВВП, критично обмежує вагомість і міжнародну конкурентоспроможність країни та її регіонів. За підсумками 2017 р. номінальний ВВП нашої держави становив 0,12% світового ВВП та відповідав 61-й позиції у світі за цим критерієм [8]. Динаміку місць України в деяких світових рейтингах відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Місце України у світовому ВВП і ВВП на душу населення за 2005–2017 рр.

Показник \ Рік	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Номінальний ВВП	53	52	49	46	53	55	56	54	56	60	64	61	61
ВВП на душу населення за ПКС	102	98	96	99	106	106	106	107	104	108	116	115	114
Кількість країн	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187

Джерело: складено авторами

Обсяги ВВП на одного жителя у доларах США за паритетом купівельної спроможності в Україні у понад два рази нижчі за середньосвітовий рівень. За зазначеним критерієм українська економіка у три-п'ять разів відстає від європейських партнерів.

Зменшення масштабів економіки спрощує отримання економічного контролю над українськими активами з боку більш капіталізованих суб'єктів, навіть із країн третього світу, що призводить до важких наслідків недооцінення національної робочої сили тощо з наростаючою хвилею заробітчан. Накопичення технологічної відсталості та застарілість виробничих потужностей (рівень зношування основних засобів фактично подвоївся – із 43,7% у 2001 р. до 83,7% у 2016 р.) пришвидшили згортання промислового виробництва. У 2015 р. у країнах ЄС-28 валова додана вартість переробної промисловості перевищила 2 трлн. євро, що є достатньо міцною базою для переходу на стандарти четвертої промислової революції. Додана вартість української переробної промисловості становить менше 1%

від європейського рівня, що зумовлює високу фінансову та технологічну вразливість відповідних галузей [9, с. 13].

Структурні деформації української промисловості набувають критичних рівнів. Україна зміцнює аграрну спеціалізацію економіки, отримавши в сумі ВВП 2017 р. 17-відсоткову частку сільського господарства, лісництва й рибальства поряд із 14% переробної промисловості. Разом з оптовою та роздрібною торгівлею ці галузі формують майже 31% ВВП [10]. У країнах ЄС частка сільського господарства, лісництва та рибальства у ВВП є на порядок нижчою, ніж в Україні, тоді як внесок професійної, наукової та технічної діяльності у ВВП значно перевищує українські показники.

Таблиця 2

**Питома вага витрат на виконання наукових досліджень
і розробок у ВВП, % [11, с. 78]**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ЄС 28	1,93	1,97	2,01	2,02	2,03	2,04	2,03
Болгарія	0,56	0,53	0,60	0,63	0,79	0,96	0,78
Естонія	1,58	2,31	2,12	1,72	1,45	1,49	1,28
Іспанія	1,35	1,33	1,29	1,27	1,24	1,22	1,19
Латвія	0,61	0,70	0,66	0,61	0,69	0,63	0,44
Литва	0,78	0,90	0,89	0,95	1,03	1,04	0,85
Німеччина	2,71	2,80	2,87	2,82	2,87	2,92	2,94
Польща	0,72	0,75	0,88	0,87	0,94	1,00	0,97
Румунія	0,46	0,50	0,48	0,39	0,38	0,49	0,48
Словаччина	0,62	0,66	0,80	0,82	0,88	1,18	0,79
Словенія	2,06	2,42	2,57	2,58	2,37	2,20	2,00
Угорщина	1,15	1,19	1,26	1,39	1,35	1,36	1,21
Чеська Республіка	1,34	1,56	1,78	1,90	1,97	1,93	1,68
Україна	0,75	0,65	0,67	0,70	0,60	0,55	0,48

Як свідчать дані таблиці, частка витрат на виконання наукових досліджень і розробок у ВВП в Україні дорівнює лише показнику Румунії, поступається частці країн Балтії, помітно менше за східноєвропейських сусідів, понад у чотири рази відстає від середнього показника Євросоюзу. З погляду динамки ми спостерігаємо спадну тенденцію з 2014 р. Тобто погіршуються стартові передумови для ймовірних інноваційних змін.

Технологічна відсталість та консервація низькотехнологічної структури виробництва свідчать про кризу вітчизняної промислової політики. Збереження низьких темпів відновлення промисловості посилюватиме ризики прискорення деіндустріалізації та консервації технологічної неконкурентоспроможності вітчизняного промислового сектору в умовах переходу світової економіки на нові технологічні засади розвитку. Йдеться, зокрема, про промислові стандарти цифрової економіки і нові параметри продуктивності та ресурсної ефективності [9, с. 13].

Національні особливості фінансування витрат на НДДКР за укрупненими секторами вкладників надано в табл. 3 [11, с. 79].

Таблиця 3

Частка фінансування витрат на виконання наукових досліджень і розробок за рахунок коштів секторів економіки у загальному обсязі витрат, %

Країна	Підприємницький сектор		Державний сектор		Сектор вищої освіти		Приватний неприбутковий сектор		Кошти іноземних джерел	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
ЄС 28	53,8	55,3	34,8	31,3	0,9	0,9	1,6	1,7	8,9	10,8
Болгарія	16,7	35,6	43,2	20,3	0,5	0,1	0,1	0,1	39,6	43,8
Естонія	43,6	41,0	44,1	46,4	0,6	0,2	0,2	0,2	11,4	12,2
Іспанія	43,0	45,8	46,6	40,9	3,9	4,3	0,7	0,9	5,7	8,0
Латвія	38,8	20,0	26,4	32,7	1,4	2,2	33,4	45,0
Литва	32,4	28,5	46,0	35,3	1,5	1,5	0,2	0,3	19,9	34,3
Німеччина	65,5	65,6	30,3	27,9	0,2	0,4	3,9	6,2
Польща	24,4	39,0	60,9	41,8	2,5	2,2	0,3	0,2	11,8	16,7
Румунія	32,3	37,3	54,4	41,7	2,2	1,7	0,0	0,1	11,1	19,2
Словаччина	35,1	25,1	49,6	31,9	0,4	3,3	0,3	0,3	14,7	39,4
Словенія	58,4	69,2	35,3	19,9	0,3	0,3	0,1	0,0	6,0	10,6
Угорщина	47,4	49,7	39,3	34,6	0,9	0,7	12,4	15,0
Чеська Республіка	40,8	34,5	44,4	32,2	0,9	0,7	0,0	0,1	13,9	32,5
Україна	23,8	39,6	49,5	40,1	0,2	0,1	0,1	0,0	25,8	18,9

За близькістю часток державного і підприємницького секторів Україна близька до східноєвропейських сусідів і суттєво відрізняється від середнього показника по ЄС. Але внесок закладів вищої освіти та неприбуткового сектору дуже низький. Треба звернути увагу також на спадну динаміку часток державних коштів, неприбуткового сектору, сектору вищої освіти, коштів іноземних джерел на тлі зростання питомої ваги підприємницького сектору на дві третини протягом п'яти років.

Але ключова проблема інноваційної діяльності – це політичні й економічні інститути українського суспільства, асиметрія економічної влади та господарський порядок, що зростає на її ґрунті. Те, що є умовою максимізації прибутку за рентного шляху – приватна економічна влада, є й головною перешкодою інноваційному розвитку. Вигоди від економічної влади для рентного шляху максимізації доходу є витратами для інноваційного шляху. Проблема зміни ставлення підприємств до інновацій – це перш за все проблема зміни наявного господарського порядку та його інститутів [4, с. 17]. Таким чином, інституціоналізація інноваційного розвитку є необхідною передумовою сучасних структурних змін.

Інституціоналізація – процес утворення інституту, тобто визначення й закріплення соціальних норм, правил, статусів і ролей, приведення їх у систему, здатну діяти у напрямі задоволення деякої суспільної потреби.

Тобто це перетворення якогось соціального явища, події, руху на формалізований, упорядкований процес, організовані установи з певною структурою відносин, ієрархією влади різних рівнів та ін. [12, с. 274].

Логічним є бачення інституціоналізації як процесу становлення нових соціальних інститутів у трьох аспектах:

1) процес становлення і прийняття особою і суспільством нових соціальних правил (законів, нормативних структур, традицій, ритуалів та ін.);

2) створення організаційних структур, які відповідають за порядок дотримання цих правил і становлять соціальну структуру інституціоналізованої поведінки;

3) формування ставлення масових суб'єктів до соціальних правил і організованих структур, що відбиває погодженість людей із цим інституціональним порядком [13, с. 6].

Визначимо форми і методи інституціоналізації, а також її функції:

– відтворювальну, що забезпечує відтворення зразків життєдіяльності інститутів та підтримку інституціонального балансу, насамперед у формі інституціональної універсуміки (техно-гуманітарно-екологічного балансу);

– інтеграційну, що об'єднує індивідів у певні соціальні групи;

– регулятивну, що регулює процес соціалізації в економічних відносинах і є проявом формування все більш соціалізованого інституціонального порядку реалізації біологічної природи людини як умови суспільного розвитку;

– контрольну, що контролює поведінку, яка відхиляється від норми та забезпечує спадковість власних основ людини та суспільства, захищає їх від зриву ідентичності через збереження відповідності сублімованих протоінститутів та інститутів;

– координаційну, що пов'язана з координаційними властивостями інститутів.

Механізм інституціоналізації включає форми та методи інституціоналізації, систему розроблення, впровадження, ієрархічного впорядкування та адаптації інститутів відповідно до цілей інституціонального розвитку.

Цільова функція механізму інституціоналізації полягає у формуванні такої інституціональної системи, яка здатна забезпечити економічний розвиток.

Відповідно до наявності постійних змін у сфері соціальних інститутів, на нашу думку, доцільно розмежувати процес інституціоналізації на дві частини або виділити в ньому два рівні інституціоналізації:

– *первинну інституціоналізацію*, тобто таку, що розпочинається з «чистої дошки», – це процес, який включає створення соціального інституту і закінчується моментом його легалізації;

– *вторинну інституціоналізацію*, котра продовжується на існуючій базі у процесі розвитку соціального інституту для його вдосконалення чи реорганізації.

Якщо первинна інституціоналізація завжди передбачає створення нового, то вторинна може відбуватися у трьох проявах, демонструючи розвиток концепції життєвого циклу соціального інституту:

- *власне інституціоналізації*, коли в її результаті виникає щось нове;
- *реінституціоналізації*, коли те, що вже існує, реформується;
- *деінституціоналізації*, коли те, що існує, деградує або припиняє своє існування [14, с. 186].

Спектр підходів до інституціоналізації в інноваційних процесах можна умовно розташувати між двох полюсів. умовно ліберального та етатистського.

Ліберальна шумпетеріанська традиція характеризується визнанням вирішальної ролі інституту підприємництва як органічного складника ринкової діяльності у технологічних змінах інноваційної спрямованості [15, с. 21]. Роль держави тяжіє до забезпечення неекономічних умов функціонування ринкових механізмів, які, діючи стихійно, найбільш ефективні. Це стосується й інноваційних процесів в економіці, які через взаємодію ринкових попиту та пропозиції балансують функціонування і розвиток господарської системи. Державі ж притаманно регулювати інноваційні процеси, максимально обмежуючи ризикові рішення, що збіднює творчий потенціал інноваційної діяльності. Умовами ефективності ліберальної моделі є однорідна та стійка ціннісно-інституційна ідентичність населення, високий рівень довіри в економіці, достатня розповсюдженість поведінкових стереотипів економічної свободи. За цих умов економічні агенти мають відносно невисокий загальний ризиковий фон в економіці, що дає можливість найбільш компетентним агентам брати на себе ризики, вищі за середні, у тому числі й інноваційні. Оскільки глобальна економіка усуває однорідну ціннісно-інституційну ідентичність як першу межу релевантності ліберальної моделі, то глобалізація логічно відторгає чисто ринкові засади інноваційної поведінки [16, с. 49].

Етатистські моделі виходять із принципової «короткозорості» ринку, який має лише один критерій вибору напрямів технологічних змін – чисту приведену доходність, тому відкидає суспільно корисні інновації, що забезпечують довгострокові ресурсні, структурні, екологічні або соціальні ефекти. Відповідно до таких підходів, держава відповідає за розроблення і реалізацію національної стратегії інноваційного розвитку, включаючи фінансування національних стратегічних проектів у найбільш важливих галузях економіки [7, с. 31].

Особливої уваги заслуговує сучасний підхід в економічній науці, що виходить із комплементарності держави та ринків (В.М. Геець, А.А. Гриценко, В.В. Ліпов), які доповнюють один одного, але не здатні окремо вирішувати всі проблеми [1; 2]. Такий підхід виглядає як найбільш прагматичний в умовах прискорення інноваційного розвитку світової економіки та посилення тиску невизначеності щодо наслідків технологічних зрушень (ціннісних, соціальних, екологічних). Держава як універсальна форма соціальності виглядає як обов'язковий інструмент

селекції та обмеження занадто ризикових інновацій. Ще одним прикладом зазначеної комплементарності є інституціоналізація *публічно-приватного партнерства*.

Із погляду *теорії трансакційних витрат* для продуктів інноваційної діяльності, частка витрат на пошук інформації, укладання та виконання контрактів є відносно вищою, ніж у виробництві звичайних товарів. Якщо загальний рівень трансакційних витрат в економіці є більш-менш прийнятним, то інноватор може використовувати переваги високої загальної довіри для укладання контрактів зі специфічними активами.

Ураховуючи турбулентний стан української економіки, посилення несприятливих зовнішніх впливів, держава повинна забезпечити специфічні умови інноваційного розвитку, які випливають із необхідності додержання Україною вибраної траєкторії руху до правової держави та соціальної ринкової системи:

- сприяння попиту на інновації у національній економіці через розширене відтворення економічної ідентичності за допомогою інструментів фінансової та грошово-кредитної політики;
- регулювання технологічних експорту та імпорту як складників національної стратегії інноваційного розвитку;
- сприяння пропозиції інновацій у національній економіці через промислову, технологічну та освітню політику;
- міжнародна наукова та технологічна кооперація, забезпечення участі в міжнародних проектах та програмах;
- утворення фінансової інфраструктури в рамках національної моделі державно-приватного партнерства, що орієнтована на генерування та дифузії інновацій.

Сучасна інноваційна політика має спиратися на врахування і використання чинників інституційного порядку, перш за все інституційних обмежень та ресурсів. Негативне ставлення до історичних ціннісно-інституційних основ конкретної країни та намагання щонайшвидше її уніфікувати відповідно до кон'юнктурних міркувань можуть приректи таку країну на довічне відставання від сучасних лідерів світового інноваційного розвитку.

Для прискорення впровадження результатів наукового пошуку, а також для зміцнення зв'язків між наукою та бізнесом можна скористатися механізмом розвитку та вдосконалення інститутів інноваційної інфраструктури, чії елементи виступають організаційно-економічною формою реалізації інноваційної діяльності: технологічні парки, бізнес-інкубатори, технополіси, дослідницькі центри тощо. Досвід розвинених країн свідчить, що такі інноваційні структури створюють сприятливі умови для ефективної діяльності та розвитку малих інноваційних підприємств, що реалізують оригінальні науково-технічні ідеї, через надання їм у тимчасове користування виробничих площ, матеріально-технічної бази, інформаційних мереж, забезпечення дослідними приладами й устаткуванням та надання консультативної допомоги з широкого кола науково-технологічних, економічних і правових питань. Так, у країнах ЄС набули розвитку

інноваційні центри і технополіси, наприклад у Греноблі та Нансі (Франція), у районі Мюнхена і Штуттгарта (ФРН) та ін., чие формування відбувалося в рамках реалізації крупних національних інноваційних програм. Подібні структури проводять великомасштабні дослідження з пріоритетних напрямів розвитку інноваційної діяльності (фізика високих енергій, біотехнологія, прикладна математика, аерокосмічна техніка і т. ін.).

Для підвищення ефективності захисту інтелектуальної власності як джерела зростання доходу науковця та основи розвитку наукової галузі у цілому необхідна побудова дієвої державної політики захисту авторських прав, у тому числі протидія зростанню кіберзлочинності. Наука має значний потенціал у вирішенні й цього завдання: найновітніші наукові досягнення дають змогу створювати ефективні механізми захисту від кіберзлочинів.

Для активізації міжнародного співробітництва у сфері захисту авторських прав доцільним та корисним для вітчизняних винахідників є реєстрація своєї інтелектуальної власності в таких відомих організаціях, як, наприклад, Бюро патентів та торговельних марок США – USPTO (United States Patent and Trademark Office). Важливо відзначити, що з 16 вересня 2011 р. урядом США затверджено Патентну реформу 2011 (America Invents Act – AIA), мета якої – гармонізація патентного законодавства США на рівні з більшістю країн світу.

2. Інституціоналізація регіональних інноваційних систем: стан, суперечності та перспективи

Значення регіональних підсистем у комплексі інноваційного розвитку економіки держави й увага до неї у світі неухильно зростають. Про це, зокрема, свідчить той факт, що у Стратегії розвитку Євросоюзу на період до 2020 р. передбачено, що 60–75% усіх коштів, спрямованих на реалізацію Стратегії, буде витрачено на заходи, пов'язані з досягненням цілей регіонального розвитку. У такому форматі має відбуватися реформування економіки в Україні.

Під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів в європейських країнах формується парадигма *нового регіоналізму*, що підтверджується функціонуванням відповідних інститутів, які сприяють регіональній інтеграції та співробітництву регіонів.

Головними рисами нового регіоналізму є:

- зменшення впливу держав та адміністративного ресурсу на регулювання економічних процесів у регіонах та створення нових зон регіонального впливу;
- формування нових інформаційних зв'язків та взаємодії суб'єктів регіонів через взаємодію не на державному, а на регіональному горизонтальному рівні, що в умовах глобалізаційних процесів сприяє входженню регіонів у світові структурні процеси;
- регіональна взаємодія як у межах окремих країн, так і поза нею, що зумовлена економічною доцільністю, а не адміністративними ресурсами;

– створення інтернаціонального комунікаційного середовища з креативними суспільними та управлінськими практиками тощо [17, с. 10].

За інституціональним підходом велике значення надається не тільки суспільним та державним інститутам, а й регіональним різнофункціональним інститутам, що виступають базисом становлення нового регіоналізму та розвитку регіонів, утворюючи певну інституційну сукупність.

Становлення нового регіоналізму зумовлює розроблення змін до законодавчо-нормативної бази, яка визначає правові, економічні та організаційні умови функціонування суб'єктів регіонів, здійснення регулювання відносин між ними. Це вже зафіксовано у низці правових актів, зокрема в контексті децентралізації державного управління [18–20].

Вирішення питання про децентралізацію економіки регіонів, їхню господарську самостійність потребує застосування відтворювального підходу, за допомогою якого регіон розглядається не тільки як підсистема соціально-економічного комплексу країни, а й як самостійний суб'єкт із закінченим циклом відтворення, з особливими формами прояву стадій відтворення і специфічними особливостями проходження соціальних і економічних процесів. Головною перевагою цього підходу є те, що він ґрунтується, з одного боку, на визнанні спільності територіальної економіки з економікою держави, а з іншого – на відносній відособленості відтворювального процесу в регіоні, що дає можливість погоджувати державні й територіальні інтереси та забезпечувати комплексне розв'язання всіх проблем регіонального відтворювального процесу.

Управління процесом розширеного відтворення припускає пошук системи таких пропорцій, які забезпечують ефективне використання соціально-економічного і ресурсного потенціалу регіональних соціально-економічних систем, створюють стійку рівновагу й розвиток економічної та соціальної підсистем і призводять до досягнення соціальних цілей розвитку суспільства. Залежно від характеру взаємозв'язку між різними елементами відтворювального процесу виділяють групи пропорцій (загальноекономічні, структуроутворювальні, демографічні, соціально-економічні, економіко-екологічні, інноваційно-технологічні, фінансово-економічні), дослідження яких спрямоване на виявлення комплексності в розвитку економіки регіону, забезпечення єдності внутрішньорегіональних і міжрегіональних матеріально-речових, фінансово-кредитних і трудових процесів розширеного відтворення.

Узагальнюючи регіональні розбіжності інноваційного розвитку України, треба розглянути сумарний індекс інновацій за 2014–2016 рр., за яким лідируючі позиції демонструють Харківська та Дніпропетровська області, а також м. Київ. Це зрозуміло з погляду науково-дослідницьких традицій цих регіонів та їх конкурентних переваг, зокрема інституційних. Йдеться про їхню сталість як відомих регіональних університетських і дослідницьких центрів із багатoproфільними фундаментальними та прикладними дослідженнями. Столичний статус Києва з підрозділами НАН України та її регіональні центри НАН у Харкові та Дніпрі створюють своєрідні точки

інституційного тяжіння для багатьох інноваційних структур. Водночас розширюються науково-технологічні зв'язки регіональних центрів України з відповідними структурами регіонів країн Євросоюзу.

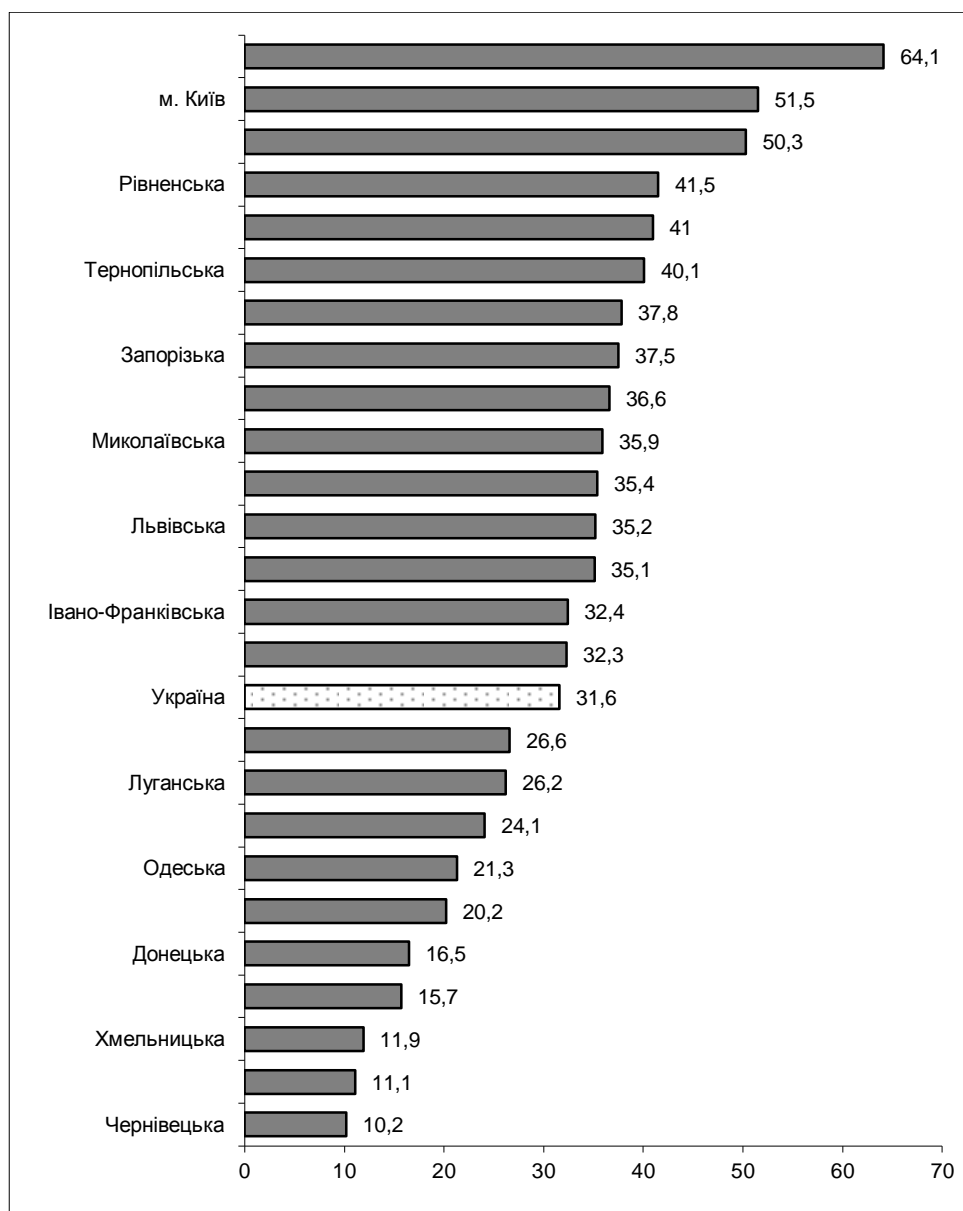


Рис. 1. Сумарний індекс інновацій за регіонами в 2014–2016 рр., % [11, с. 148]

Перспективи процесів кластерного розвитку регіонів України широко проаналізовані в науковій літературі. Конкурентні переваги інноваційних кластерів є результатом синтезу чинників конкурентоспроможності інтегрованих утворень, що сформувалися на попередніх етапах їхнього розвитку. Основні чинники конкурентоспроможності інтегрованих утворень на різних етапах еволюції територіальних економічних систем представлено в табл. 4.

У рамках уточнення типології кластерів з урахуванням їхнього впливу на напрями і темпи територіального розвитку представляється доцільним виділення категорії *«інноваційний мультикластер»*, який визначають як

квазіінтегроване утворення, тобто міжгалузеву економічну систему, що характеризується спеціалізацією учасників у рамках декількох пріоритетних для території видів економічної діяльності, об'єднаних загальним технологічним ядром.

Таблиця 4

Основні чинники конкурентоспроможності інтегрованих утворень на етапах еволюції територіальних економічних систем

Етапи еволюції територіальних економічних систем	Основний чинник конкурентоспроможності інтегрованих утворень
Індустріальні агломерації	Транспортно-логістичні переваги: зниження рівня невизначеності та трансакційних витрат на ґрунті географічної концентрації, швидка реакція на інновації конкурентів
Інноваційні промислові зони	Кадрові та інфраструктурні переваги: зниження рівня невизначеності та трансакційних витрат із використанням формальних інститутів на підставі укладання явних контрактів з учасниками інтегрованого утворення про співробітництво (трансферт технологій)
Територіальні інноваційні мережі	Інформаційні переваги, зниження рівня невизначеності та трансакційних витрат із використанням неформальних інститутів (формування соціального капталу, дифузія управлінських інновацій)
Інноваційні кластери та мультікластери	Інноваційні переваги спільної діяльності мережевих механізмів науково-технічного співробітництва (формування інституціонального середовища інноваційного розвитку, державно-приватне партнерство)

Джерело: складено авторами

З погляду цілісності й комплементарності виробничих процесів виділяють два типи територіальних економічних систем, що володіють потенціалом для формування інноваційних кластерів як технологічного ядра розвитку мультікластерів.

До першого типу можна віднести агломерації потенційних кластерів високотехнологічних виробництв, що включають повний спектр суміжних економічних процесів у ключових для регіону видах економічних діяльності, що включають поряд із виробництвом готової продукції раціональне природокористування й відновлення природного середовища.

До другого типу економічних систем відносять конгломерати територіально-виробничих комплексів, сформованих згідно з принципами

попередніх технологічних укладів, обмежено взаємодіючих у рамках окремих технологічних процесів або виробничих операцій. Подібний підхід дав змогу виділити, наприклад, природокористувальний мультикластер.

Мультикластери характеризуються об'єднанням у рамках економічної системи території підприємств, які здійснюють суміжні види економічної діяльності (добувні й переробні) і використовують технології попередніх технологічних етапів поряд із технологічними інноваціями.

Тим самим мультикластери виконують роль «точок зростання» інституціонального середовища території розміщення, що ініціює дифузцію інституціональних інновацій через мережу трансакцій за участю резидентів і нерезидентів кластерного утворення.

Головне завдання інституціональної політики у сфері інновацій у сучасних ринкових умовах в Україні полягає, з одного боку, у тому, щоб поглибити процес системної трансформації економіки й усього суспільства, а з іншого – створити систему інститутів, яка гарантуватиме необоротність здійснених урядом уже сьогодні реформ, суттєве підвищення їхньої економічної та соціальної ефективності.

Сьогодні Україна не має чітко структурованої системи інституційного забезпечення змін в економічних системах. Для подолання невідповідності виробничої та інституційної структур суспільства вирішення завдань прискореної диверсифікації структури економіки регіонів за двома моделями: перша орієнтована на форсування традиційних промислових виробництв та сфери послуг, що працює для задоволення потреб кінцевих споживачів; друга модель орієнтована на забезпечення конкурентоспроможності національних підприємств у контексті переходу до постіндустріальної економіки, у якій основний обсяг доданої вартості виробляється за рахунок високої якості людського капіталу, використання інтелектуальних ресурсів. Інституціональні зміни в трансформаційній економіці, головним чином, повинні бути спрямовані на: підвищення частки високотехнологічної продукції в експорті; вдосконалення податкових і митних механізмів вилучення природної ренти; розроблення заходів щодо реформування природних монополій; підтримку малого й середнього бізнесу; розвиток національної венчурної індустрії.

Висновки. Аналіз інституційних передумов інноваційного розвитку України та її регіонів дає змогу сформулювати стратегічні напрями реалізації інноваційної політики держави на всіх рівнях розвитку соціально-економічної системи:

- оптимізація галузевої і технологічної структури національної економіки та забезпечення прогресивних структурних зрушень, стимулювання й підтримка попиту на інновації;

- оптимізація регіональної структури з урахуванням природно-кліматичних, географічних і національних відмінностей, проведення моніторингу й оцінки можливості організації ефективних кластерних, зокрема мультикластерних, структур у регіональному розрізі, створення комунікаційного середовища, інформаційної бази даних та підтримуючих

інститутів для функціонування регіональних виробничих структур, стимулювання й підтримка конкурентоспроможності галузевої або територіальної організації господарської діяльності з метою сталого розвитку;

– оптимізація процесу виробництва, проведення селективної політики, формування стійкого високотехнологічного корпоративного каркасу економіки, інтеграція науки, освіти, виробництва й ринку, оптимізація співвідношення великого і малого підприємництва у виробництві й ринковому розподілі; виведення з господарського обороту неефективних виробництв; пріоритетний розвиток високотехнологічних виробництв, що формують власні сегменти на світовому ринку.

Ураховуючи турбулентний стан української економіки, посилення несприятливих зовнішніх впливів, держава повинна забезпечити специфічні умови інноваційного розвитку, які випливають із необхідності додержання Україною вибраної траєкторії руху до правової держави та соціальної ринкової системи:

– сприяння попиту на інновації у національній економіці через розширене відтворення економічної ідентичності за допомогою інструментів фінансової та грошово-кредитної політики;

– регулювання технологічних експорту та імпорту як складників національної стратегії інноваційного розвитку;

– сприяння пропозиції інновацій у національній економіці через промислову, технологічну та освітню політику;

– міжнародна наукова та технологічна кооперація, забезпечення участі у міжнародних проектах та програмах;

– утворення фінансової інфраструктури у рамках національної моделі державно-приватного партнерства, що орієнтована на генерування та дифузії інновацій.

Список використаних джерел:

1. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за ред. В.М. Геєця. Київ : НАН України, 2015. 336 с.

2. Гриценко А.А. Економіка України на шляху до інклюзивного розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 2. С. 9–23.

3. Данилишин Б.М. Регионалистика – перспективы и правильное применение в Украине. URL: http://blogs.lb.ua/bogdan_danylysyn/341137_regionalistika-perspektivi.html (дата звернення: 06.04.2019).

4. Дементьев В.В., Вишневський В.П. Чому Україна не інноваційна держава: інституційний аналіз. *Економічна теорія*. 2011. № 3. С. 5–20.

5. Решетило В.П. Синергия становления и развития региональных экономических систем : монография. Харьков : ХНАГХ, 2009. 218 с.

6. Олійник Д.І. Інноваційний розвиток територіальних громад в умовах четвертої технологічної революції: пріоритети та перспективи: аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2018. 52 с.

7. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблеми сучасного усвідомлення. *Економічна теорія*. 2013. № 2. С. 28–45.

8. World economic outlook April 2018. *IMF Data mapper*. URL: <http://www.imf.org/external/datamapper/index.php> (дата звернення: 06.04.2019).

9. Економічна безпека України в умовах гібридної агресії: аналітична доповідь / Я.Б. Базилук та ін. Київ : НІСД, 2017. 84 с.
10. Валовий внутрішній продукт за 2017 рік. *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.04.2019).
11. Наукова та інноваційна діяльність України, 2017 рік: статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 178 с.
12. Михненко А.М., Макаренко Е.М., Макаренко Н.Г. Інституалізація суспільного розвитку : навчальний посібник. Київ : НАДУ, 2011. 292 с.
13. Головаха Є., Паніна Н. Пострадянська деінституціоналізація і становлення нових соціальних інститутів в українському суспільстві. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 4. С. 5–22.
14. Бенъ О.Т. Інституціоналізація: теоретична інтерпретація поняття. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2012. Вип. 6. С. 181–190.
15. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). Москва : Прогресс, 1982. 462 с.
16. Жукова Л. Державне регулювання інноваційного розвитку економіки: інституційні обмеження та ресурси. *Економічна теорія*. 2017. № 4. С. 47–59.
17. Бутко М.П. Тульчинський Р.В. Обґрунтування сутності використання методологічних підходів до становлення нового регіоналізму. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 9–12.
18. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 05.02.2015 № 156-VIII. URL: <http://www.zakon5.rada.gov.ua/laws/show/156-19> (дата звернення: 06.04.2019).
19. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015. URL: <http://www.zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення: 06.04.2019).
20. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385. URL: <http://www.zakon5.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> (дата звернення: 06.04.2019).

РОЗДІЛ III. СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Багорка М.О.

*доктор економічних наук,
доцент кафедри маркетингу*

Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Писаренко В.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу*

Полтавської державної аграрної академії

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Анотація

Досліджено основні складники інноваційної моделі розвитку аграрних підприємств, які дадуть змогу підвищити їхню конкурентоспроможність за рахунок впровадження новітніх технологій, видів продукції, методів управління, стратегії розвитку. Встановлено, що основу цієї моделі становить процес екологізації аграрного виробництва в розрізі застосування альтернативних систем господарювання, згідно з якими аграрні підприємства розглядаються як еколого-економічна система, що базується на раціональних і екологічно обґрунтованих методах виробництва, забезпечуючи якість продукції й сировини, ефективність виробництва, а також мінімальний вплив на навколишнє середовище.

Досліджена сутність та основні складники концепції сталого розвитку, визначені основні пріоритетні напрями аграрних підприємств для практичної реалізації цієї концепції. При цьому екологізація визнана основним напрямом діяльності аграрних підприємств під час переходу на модель сталого розвитку. Визначені основні складники мотиваційного механізму екологізації агровиробників. Розглянуті зовнішні і внутрішні фактори, які мають забезпечити перехід аграрних підприємств на концепцію сталого розвитку.

Наголошено, що екологізація має здійснюватися через систему організаційних заходів, інноваційних процесів, реструктуризацію сфери виробництва і споживчого попиту, технологічну конверсію, раціоналізацію природокористування, трансформацію природоохоронної діяльності, які реалізуються як на макро-, так і на мікроекономічних рівнях.

Модель сталого розвитку аграрних підприємств передбачає дотримання оптимального балансу між трьома складовими частинами: економічною, соціальною та екологічною. Саме тому сьогодні відбувається процес

переосмислення ролі економічних та екологічних пріоритетів і очевидна перевага надається екологічно безпечному розвитку аграрного виробництва.

Вступ. Основною тенденцією сучасного розвитку агробізнесу є глобалізація економіки, яка являє собою багатогранний та складний процес, який пов'язаний із розвитком людської діяльності і відкриває додаткові можливості та економічні вигоди для країн світу. Водночас цей процес має негативні наслідки, які проявляються насамперед в антропогенному впливі на довкілля.

На протязі останніх десятиліть спостерігається різке зростання негативного впливу економічної діяльності суспільства на якісний стан природного навколишнього середовища. Особливо це стосується галузі аграрного виробництва, яка є найбільш чутливою до будь-якого втручання в розвиток агроєкосистеми. Крім того, актуальною проблемою для України і багатьох країн світу є також забезпечення населення високоякісними та екологічно безпечними продуктами харчування. При цьому основні вимоги висувуються не тільки до якості продукції, а й до стану навколишнього середовища.

У зв'язку з цим виникла необхідність переходу підприємств аграрної галузі до нових систем господарювання, яка здатна забезпечити еколого-економічну рівновагу аграрного бізнесу. Варто зазначити, що перехід до нової системи господарювання є складним і доволі тривалим процесом, який можна здійснити за допомогою розроблення нової інноваційної моделі розвитку аграрних підприємств.

Ми впевнені, що функціонування аграрних підприємств має відбуватися відповідно до концепції сталого розвитку, а це вимагає створення принципово нових умов підприємницької діяльності, основою яких виступає екологізація сільськогосподарського виробництва, підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу АПК, формування екологічно орієнтованої системи управління на глобальному та регіональному рівнях, і головне, забезпечення населення високоякісними продуктами харчування виробленими в аграрному секторі з метою оздоровлення нації. Саме тому ми вважаємо необхідним розробити якісно нову інноваційну модель господарювання аграрних підприємств, яка буде відрізнятися від традиційної системи господарювання екологічно безпечним веденням аграрного виробництва, його екологізацією, яка є невід'ємною частиною концепції сталого розвитку.

1. Екологізація виробництва як інноваційна складова частина моделі функціонування аграрних підприємств

Функціонування аграрних підприємств відповідно до концепції сталого розвитку вимагає створення принципово нових умов підприємницької діяльності, основою виступає екологізація сільськогосподарського

виробництва, підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу АПК та формування екологоорієнтованої системи управління.

О.Г. Мінькова зазначає, що екологічна складова частина в аграрному виробництві передбачає науково-обґрунтований комплекс взаємопов'язаних агротехнічних, меліоративних, ґрунтозахисних і організаційно-економічних заходів, спрямованих на ефективне використання ґрунту, кліматичних ресурсів, біологічного потенціалу рослин із метою отримання стабільних врожаїв сільськогосподарських культур за умов підвищення родючості ґрунту й дотримання екологічної безпеки довкілля та вирощеної продукції [1, с. 4]. Т.Л. Шкабара виділяє потенційні екологічні переваги вітчизняного аграрного сектора на рівні окремих суб'єктів господарювання [2, с. 132].

І.М. Сінякевич займався екологізацією суспільного розвитку як «концепцію, що передбачає екологізацію економічної і соціальної політики та оздоровлення духовної сфери за допомогою системи ефективних інструментів з метою забезпечення стійкості екологічних систем і усунення глобальних, національних і регіональних екологічних загроз» [3, с. 99].

Сучасний стан ринкової трансформації економіки України, на думку М.С. Віткова, повинен передбачати перехід від екстенсивного економічного розвитку до інтенсивного, але екологічно безпечного, сталого економічного зростання на інноваційній, енерго- та ресурсозберігаючій основі [4, с. 126].

О.В. Шубравська зазначає, що людство починає глибше усвідомлювати загрози, які несуть у собі негативні тенденції у динаміці показників стану соціальної та екологічної компонент суспільного розвитку, і саме тому наполягає на переходу до виробництва екологічно чистої продукції [5, с. 63].

Економіст З.В. Нікітіна екологічно-орієнтоване виробництво розуміє «як таке, що здійснюється на основі раціонального використання сільськогосподарських угідь під час упровадження адаптивно-ландшафтних систем землеробства в поєднанні з їх біологізацією та помірною хімізацією технологічних процесів» [6, с. 15]. О.В. Ковальова виокремлює таку категорію, як «екологоспрямоване сільськогосподарське виробництво», тобто господарська діяльність, кінцева мета якої (отримання прибутку) досягається через задоволення попиту на ринку продовольства і сировини за одночасного зменшення негативного впливу на довкілля та сприяння сталому розвитку сільських територій [7, с. 10].

Екологізація є основним напрямом діяльності аграрних підприємств і базується на освоєнні еколого-економічних методів господарювання з метою забезпечення розширеного відтворення природних ресурсів за рахунок формування стійких еколого-економічних систем, збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможної екологічно безпечної продукції, створення агросистем за використання екологічних методів господарювання.

Екологізація господарської діяльності аграрних підприємств передбачає систему цілеспрямованих перетворень у продуктивних силах і виробничих відносинах, що знижують негативний вплив на природне середовище та забезпечують ефективне використання ресурсів в процесі виробництва, зберіганні, транспортуванні та реалізації продукції. Екологізація базується

на принципах пріоритетності екологічної безпеки; екологічної відповідальності; охорони довкілля; відтворення і збереження природних ресурсів; збереження цілісності агроландшафтів; збереження біологічного біорозмаїття.

Сучасна екологічна спрямованість діяльності аграрних підприємств, на нашу думку, виявляється через поєднання економічних і соціальних проблем раціонального використання, відтворення та охорони природних ресурсів агросфери на інноваційній основі. Вважаємо, що екологізація виробництва аграрних підприємств тісно пов'язана з інноваційною діяльністю і повинна розглядатися як невід'ємна складова частина його розвитку із запровадженням на державному рівні системи еколого-економічного управління. Тобто організація виробничих відносин у сільському господарстві повинна здійснюватися на основі раціонального залучення природних ресурсів, з одного боку, і формування системи управління ними – з іншого. Для цього необхідно використовувати інноваційні технології – економічні моделі, що на основі використання елементів біологічного землеробства та оптимізації виробничих процесів дозволяють досягнути високого ступеня керованості, прогнозованості та ефективності.

На думку А.М. Вічевича, одночасно зі змінами ставлення до економічного розвитку і формуванням ідеології сталого розвитку змінювалися і концепції розвитку суб'єктів господарювання [8, с. 115–116].

На відміну від традиційних технологій, вони базуються на використанні енерго- і ресурсозберігаючих систем землеробства.

Результатом застосування інноваційних технологій в агровиробництві є створення інноваційного продукту.

Екологізація є напрямом інноваційного розвитку аграрних господарств, що базується на освоєнні екологічних методів господарювання, забезпечує розширене відтворення природних і антропогенних ресурсів за рахунок формування стійких еколого-економічних систем, спрямованих на збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції за використання екологічних методів господарювання на основі впровадження адаптивно-ландшафтних систем землеробства, раціонального залучення до господарського обороту і підвищення ефективності використання природних, матеріальних і трудових ресурсів сільської місцевості.

2. Основні складові частини інноваційної моделі функціонування аграрних підприємств

Перспективи розвитку малих, середніх та великих товарних підприємств безпосередньо залежать від правильно обраних мети і стратегії розвитку.

Основні стратегічні напрями інноваційної моделі агровиробників формуються відповідно до таких критеріїв:

- екологічного – бути корисним для навколишнього природного середовища, сприяти оздоровленню людей, ґрунтів і екосистем, підтриманню екологічної рівноваги у біосфері;

– економічного – забезпечення реалізації стратегії розвитку органічних товаровиробників у напрямі збільшення прибутку, зменшення втрат, підвищення ефективності господарювання;

– ринкового – розширення частки органічних товаровиробників на ринку продовольства, сприяти їх концентрації та диференціації виробничо-комерційної діяльності;

– суспільного – сприяти підвищенню професійної активності аграрних товаровиробників, створення нових робочих місць та покращення умов праці і якості життя на сільських територіях.

Нині є низка об'єктивних та суб'єктивних факторів, які негативно впливають на процес екологізації аграрних підприємств: упровадження економічних механізмів сталого розвитку землекористування, недостатнє економічне стимулювання екологічно безпечної сільськогосподарської діяльності; слабка узгодженість нормативно-правової бази на відомчому рівні; відсутність зацікавленості у суб'єктів господарювання підвищувати екологічну безпеку землекористування.

Ключові напрями переходу аграрних підприємств на модель інноваційного розвитку на засадах екологізації та сталого розвитку наведені на рис. 1.

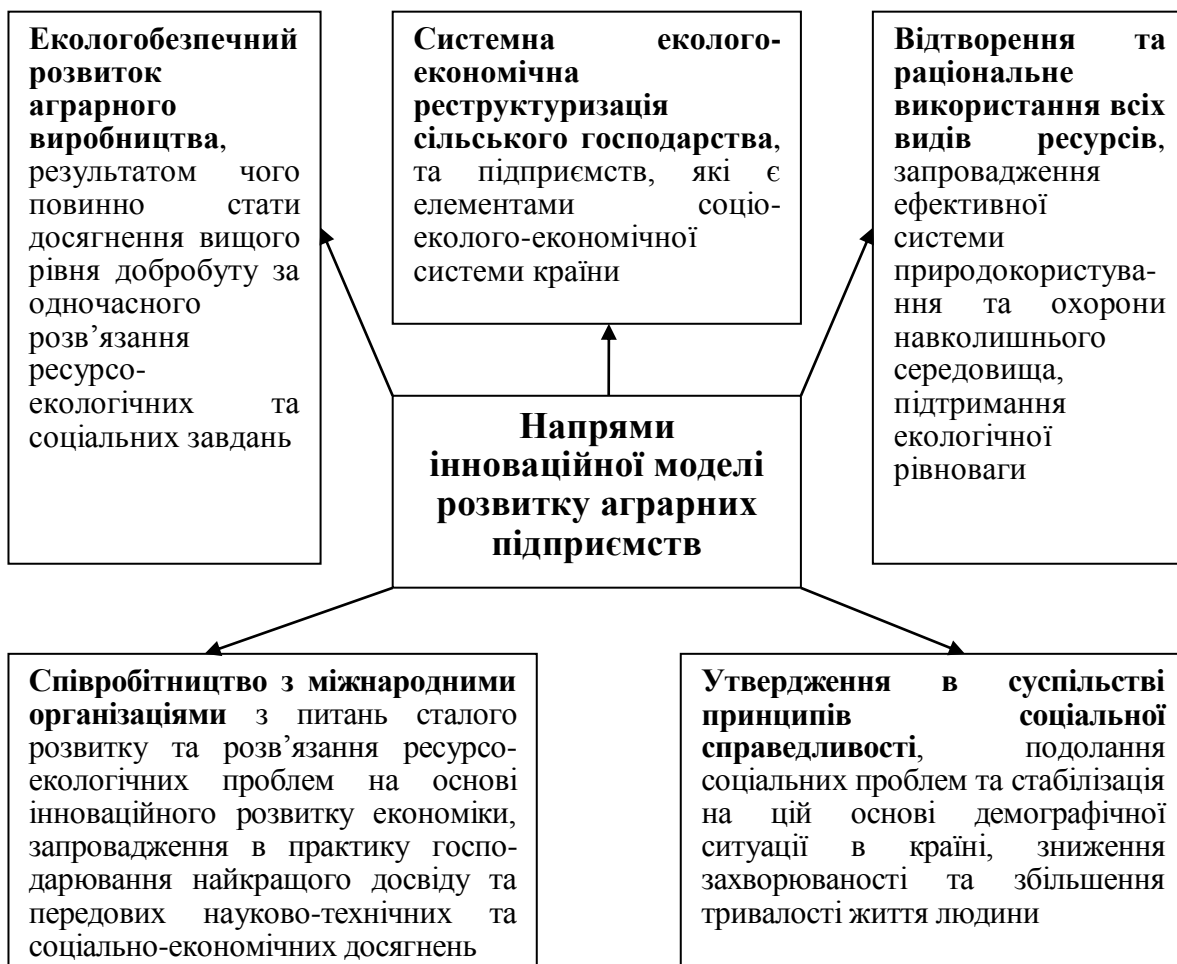


Рис. 1. Основні стратегічні напрями інноваційної моделі розвитку аграрних підприємств

Джерело: узагальнено автором

Для реалізації цих напрямів необхідно зробити цілу низку якісних перетворень, які стосуються переходу на інноваційний розвиток, оновлення структури виробництва, подолання значної диференціації доходів, тобто необхідна глобальна модернізація національної економіки.

Нами виділені основні складові частини інноваційної моделі функціонування аграрних підприємств на засадах екологізації та сталого розвитку (рис. 2).



Рис. 2. Модель еколого-економічного механізму управління в аграрному виробництві

Джерело: власна розробка

Широкомасштабне впровадження екологізації виробництва аграрних підприємств неможливо без екологічної суспільної свідомості. На загальнодержавному рівні важливе значення має екологізація суспільного розвитку, яка розглядається в межах економічної, екологічної, соціальної та духовної сфер як процес, що забезпечує поступ земної цивілізації у напрямі до сталого екологічно збалансованого розвитку [9, с. 15]. Екологічно

свідома діяльність та конкурентоспроможність агробізнесу досягається шляхом переконання покупців в найвищій споживчій цінності екологічно чистої продукції та підтримки позитивного іміджу підприємств із її виробництва. Екологічний складник повинен обов'язково враховуватися під час прийняття всіх бізнес-рішень.

Основу побудови інноваційної моделі функціонування аграрних підприємств становлять відповідні їхні дії в процесі переходу на екологічно орієнтований розвиток. Для правильного спрямування цих дій необхідний мотиваційний механізм, основними складниками якого є інструменти мотивації інноваційного розвитку агропідприємств і інструменти екологізації агровиробництва. Основу мотиваційного механізму, на нашу думку, становлять знання мотивації екологічно орієнтованої поведінки споживача та мотивація екологізації виробництва. Мотивація споживача і мотивація екологічно орієнтованого виробництва становлять основу цього механізму.

Матеріальну основу мотивації праці становить стимулювання, в основі якого лежить процес зовнішнього впливу на інтереси суб'єктів господарювання за допомогою певного комплексу заходів (моральних, матеріальних, соціальних), здатних сприяти позитивному розвитку соціальних відносин між суб'єктами економічної діяльності та формуванню нового типу особистості. Можна констатувати, що стимулювання екологобезпечного розвитку аграрного виробництва, з одного боку, повинно мати матеріальне підґрунтя для агровиробників, а з другого – нематеріальне навантаження, яке дасть змогу отримати певний статус у суспільстві. В основі економічного регулювання екологічної діяльності агропідприємств покладена можливість регулювання екологічної діяльності підприємств державою на основі економічних методів, що формуються на основі перерозподілу коштів від виробників неекологічних до виробників екологічних товарів.

На нашу думку, ключовим мотивом до вирішення питання еколого-безпечного виробництва, що дасть змогу створити реально функціонуючий сектор виробників екологічно чистої продукції, має стати матеріальне стимулювання й зміна внутрішньої філософії ведення агробізнесу.

Екологічні переваги дають змогу, не порушуючи екологічної рівноваги та не завдаючи шкоди навколишньому середовищу, вирішувати проблему забезпечення населення високоякісними продуктами харчування. Тому органічне виробництво поширюється в різних країнах світу, а сучасні тенденції розвитку ринку органічної продукції перебувають під впливом загальносвітових або глобальних тенденцій.

Радикальним шляхом вирішення проблеми екологічної безпеки технологій вирощування сільськогосподарських культур і екологічної чистоти продукції має стати перехід до органічного виробництва як альтернативної моделі господарювання, хоча водночас розуміємо, що переконливих альтернатив інтенсивним технологіям у глобальному

масштабі поки що немає, оскільки головною проблемою для багатьох аграрних підприємств залишається збільшення врожайності. Перехідний період від традиційних (інтенсивних) технологій до органічних є досить тривалим процесом. Залежно від ситуації він може становити від 2 до 5 років і супроводжується окремими ризиками.

Екологічно орієнтована перебудова виробничої діяльності аграрних підприємств включає:

- раціональне використання землі, що супроводжується збереженням і підвищенням родючості ґрунту;
- забезпечення оптимального рівня розораності земельних угідь, що унеможливить розвиток водної і вітрової ерозії ґрунту;
- дотримання вимог недопущення перевищення гранично допустимих норм забруднення виробництва продукції, забезпечення її екологічності;
- дотримання встановлених правил щодо транспортування, складування і внесення мінеральних добрив, засобів захисту рослин і тварин,
- недопущення забруднення хімічними засобами навколишнього середовища і продуктів харчування;
- дотримання екологічних вимог під час проектування, будівництва, реконструкції і введення в дію нових будівель та споруд, меліоративних систем тощо.

Важливою умовою функціонування інноваційної моделі є ефективне поєднання галузей органічних підприємств, відповідність до природно-економічних умов. Таке поєднання має забезпечувати оптимальну економічну ефективність використання землі; відносно рівномірне протягом року використання засобів виробництва і робочої сили (у галузі рослинництва та тваринництва) для зниження сезонності сільсько-господарської праці; раціональне та максимально можливе використання продукції однієї галузі іншою галуззю; більш ефективну і швидку оборотність коштів; більший вихід продукції, досягнення максимального рівня продуктивності праці і розміру прибутку. Головною метою спеціалізації і концентрації є значне збільшення обсягів виробництва і продажу сільськогосподарської продукції, підвищення її якості, зростання продуктивності праці та зниження витрат.

За рахунок постійного оптимального планування та прогнозування раціонального сполучення галузей можна здійснювати перехід від традиційного господарювання до органічного з найменшими витратами та ризиками, а також досягти економічного ефекту (збільшення прибутку, валової продукції або зниження витрат виробництва), соціального (організація зайнятості сільського населення, підвищення добробуту працівників), агроекологічного (покращення структури ґрунтів, їхнього агрофізичного та фітосанітарного стану, повітряного та водного режимів, позитивного балансу гумусу, розвиток біогенних елементів, екологічних характеристик виробленої продукції).

Отже, удосконалення галузевої структури органічних господарств за критерієм імплементації стратегії екологізації виробництва передбачає

збільшення площ посіву зернових та кормових культур за рахунок технічних у галузі рослинництва, та поголів'я великої рогатої худоби – у галузі тваринництва.

Одне з провідних місць в інноваційній моделі розвитку займає інфраструктура органічного ринку як система організацій та інституцій, яка забезпечує взаємозв'язок між структурними елементами органічного ринку і сприяє вільному рухові органічної сільськогосподарської продукції і продуктів харчування, безперервному процесу відтворення та ефективного функціонування сфер кінцевого споживання. Створення умов і дієвих механізмів для розвитку й ефективного функціонування інфраструктури ринку органічної агропродовольчої продукції – основне завдання держави. Важливо, щоб формування інфраструктури ринку агропродовольчої продукції відбувалося за умови взаємодії всіх її структурних елементів і розвитку їх як цілісної системи: організаційної, кредитно-розрахункової, матеріально-технічного забезпечення, інформаційного, кадрового забезпечення. Інфраструктура має обслуговувати процес ринкового товарообміну в органічному секторі, забезпечувати його надійність, прозорість і стабільність.

Для здійснення процесу переходу від традиційного до органічного господарювання необхідна мобілізація власних коштів і можливостей аграрних підприємств України. Можна порекомендувати звернутися до досвіду країн із розвиненою ринковою економікою, де головна роль у такому переході належить державі, яка насамперед зацікавлена в позитивних екологічних перетвореннях і тому має розробити ефективний механізм природоохоронного регулювання та визначити стратегічні пріоритети у сфері переходу до виробництва органічної сільськогосподарської продукції.

3. Система еколого-економічного управління в аграрному виробництві

Нині вже сформовані політичні, економічні і соціальні умови для розвитку екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві. Для того щоб скористатися цими передумовами і, як наслідок, результатами від запровадження цього типу інновацій слід запровадити систему еколого-економічного управління, яке розглядається вченими як складова частина управлінської науки, що враховує та реалізує цілі охорони навколишнього середовища і раціонального природокористування під час планування, здійснення та контролю господарських дій для забезпечення збалансованого функціонування екосистеми, а також її інноваційного розвитку [10, с. 116].

Основним шляхом подолання екологічної кризи, що склалася в аграрній галузі країни, є інтеграція інтересів екології та економіки в сільськогосподарському виробництві. При цьому необхідно враховувати тісну взаємозалежність природокористування агросистем, стану навколишнього природного середовища та ресурсного потенціалу країни, з одного боку, а також перспектив розвитку національної економіки – з другого [11, с. 62].

Оптимізувати використання навколишнього середовища в аграрному виробництві та мінімізувати негативний вплив на нього можна шляхом удосконалення організаційно-економічного механізму природокористування.

Розроблення еколого-економічного механізму організації та розвитку сільського господарства забезпечить формування соціально-еколого-економічних цінностей людини в агроєкосистемі.

Зміна відносин між суспільством і навколишнім середовищем передбачає корегування свідомості людини, її психології, системи поглядів та поведінки стосовно середовища свого існування, що досягається через засвоєння екологічних норм і принципів та визнання необхідності вирішення екологічних проблем. Усвідомлення еколого-етичних норм та їх реалізація в практичних діях залежить від розвитку людини та соціальних мотивів. У зв'язку з цим формування відповідного ставлення до довкілля є безперервним процесом [12, с. 140].

Практичне вирішення проблеми формування екологічної свідомості може відбуватися в двох напрямках.

Перший напрям охоплює сприйняття і пропаганду сучасних ідей сталого та гармонійного співіснування людини з природою, поступову зміну відносин між людиною та довкіллям, формування нових потреб через екологічну освіту.

Другим напрямом є поступова економічна еволюція, зміст якої полягає в докорінних змінах структури національної економіки та соціальної сфери через відповідний економіко-фінансовий механізм.

Комплексне поєднання зазначених вище напрямів є дієвим засобом підвищення мотивації виробників аграрної продукції, що дасть змогу створити реально функціонуючий сектор виробників екологічно чистої продукції.

Зростання екологічної свідомості і добробуту населення мають відбуватися одночасно, в процесі екологічно орієнтованого розвитку національної економіки. За зміни відносин між суспільством і навколишнім природним середовищем відбувається коригування свідомості людини, її психології, системи поглядів та поведінки стосовно середовища свого існування. Основним стимулом для започаткування цього процесу є поява нових потреб суспільства, в яких об'єднуються економічні, екологічні та соціальні складники [13, с. 44]. Тобто перехід до економіки, зорієнтованої на засади екологічно-збалансованого розвитку, вимагає насамперед зміни відносин людини з довкіллям.

Залежно від інструментарію впливу на провадження природоохоронної діяльності вирізняють різні типи економічних механізмів. Науковці О.В. Коняєв і Г.Є. Жуйков виділяють їх два види, а саме примусові та заохочувальні. До перших ними віднесено пільгове кредитування агровиробників; цінове стимулювання виробництва екологічно чистої продукції; субсидії (централізовані чи місцеві); безвідсоткові позики; звільнення від податків частини прибутків (доходів) [14].

Автори А.В. Дубодєлова, О.В. Юринець, М.М. Федорів, окрім зазначених двох типів економічних механізмів, було виділяють ще і третій – маркетинговий, у складі якого було відокремлено такі напрями, як створення та забезпечення розвитку ринку природних ресурсів і екобезпечних товарів; розширення структури «маркетингового ланцюга» із включенням у нього екологічної експертизи; торгівлю квотами на шкідливі викиди; екологічний акцизний збір, екологічне страхування та просування тощо [15, с. 157–158].

Нами пропонується модель складників еколого-економічного механізму управління в аграрному виробництві (рис. 3).



Рис. 3. Складники еколого-економічного механізму управління в аграрному виробництві

Джерело: власна розробка

Всі економічні й екологічні інструменти цієї моделі пов'язані між собою, а її важливою складовою частиною є система державного екологічного управління, яке включає: управління загальної компетенції та управління спеціальної компетенції. При цьому Державні органи загальної компетенції здійснюють свою діяльність шляхом прийняття постанов і розпоряджень із

ключових питань і аграрній сфері, Державні органи спеціальної компетенції забезпечують реалізацію державної політики в різних сферах.

Держава повинна виконувати важливі функції економічного та правового стимулювання екологічно орієнтованого сільськогосподарського виробництва і соціального захисту населення, підвищення якості життя. При цьому пріоритетна роль державного регулювання сільського господарства ні в якому разі не знижує значення ринкового саморегулювання. Механізми державної дії мають орієнтуватися на підтримку приватних ініціатив, спрямованих на освоєння нових технологій, що стимулюють інноваційну активність, зокрема у формі обов'язкової організаційної, технічної, технологічної відповідності виробництва сільськогосподарської продукції сучасним екологічним нормам та принципам [16, с. 144].

Суттєва роль держави полягає у встановленні різного роду нормативів, стандартів у сфері охорони довкілля, особливо щодо шкідливих для природи і здоров'я людей речовин. Державі належить провідна роль у здійсненні альтернативних варіантів вирішення екологічних проблем у сільському господарстві, структурної перебудови виробництва аграрних підприємств з урахуванням досвіду розвинутих країн світу.

Ми схилиємося до думки, що перевага в економічних інструментах має надаватися заохочувальним важелям впливу, таким як застосування пільгового оподаткування і кредитування, а також цінове стимулювання природоохоронної діяльності.

Нефінансові інструменти державного регулювання також належать до інструментів зовнішнього середовища, умови їх надання не залежать від політики управлінської ланки аграрного підприємства [17, с. 35].

Економічне стимулювання екологічно орієнтованого аграрного виробництва безпосередньо пов'язане з охороною і використанням земель, збереженням, відтворенням і підвищенням родючості ґрунтів, а також охороною навколишнього природного середовища загалом. Так, статтею 205 Земельного кодексу України визначено зміст економічного стимулювання раціонального використання й охорони земель та закріплено систему економічних стимулів, спрямованих на підвищення зацікавленості власників землі й землекористувачів у раціональному використанні земель, поліпшенні їх екологічних характеристик, запобіганні деструктивному впливу господарської діяльності на кількісний і якісний стан сільськогосподарських угідь. До згаданих стимулів законодавчо віднесено:

а) надання податкових і кредитних пільг громадянам та юридичним особам, які здійснюють за власні кошти заходи, передбачені загальнодержавними та регіональними програмами використання і охорони земель;

б) виділення коштів державного або місцевого бюджету громадянам та юридичним особам для відновлення попереднього стану земель, порушених не з їхньої вини;

в) звільнення від плати за земельні ділянки, що перебувають у стадії сільськогосподарського освоєння або поліпшення їх стану згідно з державними та регіональними програмами;

г) компенсацію з бюджетних коштів зниження доходу власників землі та землекористувачів внаслідок тимчасової консервації деградованих та малопродуктивних земель, що стали такими не з їхньої вини.

Критеріями економічного стимулювання власників землі та землекористувачів за раціональне використання та охорону земель на регіональному рівні є насамперед ефективність відтворення і підвищення родючості ґрунтів відносно їх базового рівня під час одержання угідь у власність чи користування. Тут мається на увазі насамперед підвищення у ґрунті вмісту гумусу та інших поживних речовин; зниження кислотності, заболоченості, засоленості; створення протиерозійних споруд та виконання лісомеліоративних заходів. При цьому для визначення доцільності застосування заходів економічного стимулювання екологізації природокористування на місцевому рівні мають бути створені відповідні комісії у складі управлінь земельних ресурсів, сільського господарства та представників влади з економічних питань та фінансів.

З метою забезпечення цілісності взаємодії усіх елементів економічного механізму екологізації аграрного виробництва визначено його принципи, критерії, інструменти, джерела фінансування та методи стимулювання (рис. 4).

До принципів економічного механізму стимулювання віднесено: принцип поєднання економічного стимулювання й штрафних санкцій; принцип стимулювання за кінцевими результатами проведених заходів; принцип незалежності від форм господарювання і власності.

На основі проведених досліджень ці критерії ми згрупували у три блоки: превентивні заходи; заходи з раціонального використання охорони земель; заходи з використання екологобезпечних технологій.

До критеріїв стимулювання запобіжних заходів у сфері екологізації аграрного виробництва слід віднести: виконання робіт із створення захисних насаджень та полезахисних лісосмуг; запобігання підкисленню ґрунтового розчину шляхом систематичного проведення робіт із вапнування кислих ґрунтів, особливо в умовах радіоактивного забруднення; будівництво протиерозійних гідротехнічних споруд; обмеження інтенсивного використання екологічно вразливих земель; запровадження технологій сільськогосподарського виробництва, які не передбачають використання хімічно синтезованих мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин.

До критеріїв стимулювання заходів із раціонального використання й охорони земель умовно можна віднести: оптимізацію структури земельних угідь на основі природно-сільськогосподарського районування; оптимізацію площ сільськогосподарських угідь та зменшення їх розораності; консервацію малопродуктивних й деградованих земель; дотримання проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозмін та впорядкування угідь і передбачають заходи з охорони земель; належне утримання захисних лісових смуг, своєчасне здійснення ремонту протиерозійних споруд та проведення вирубок догляду в лісосмугах;

поліпшення культуртехнічного стану земель; зменшення забруднення земель агрохімікатами, відходами виробництва, радіоактивними речовинами.

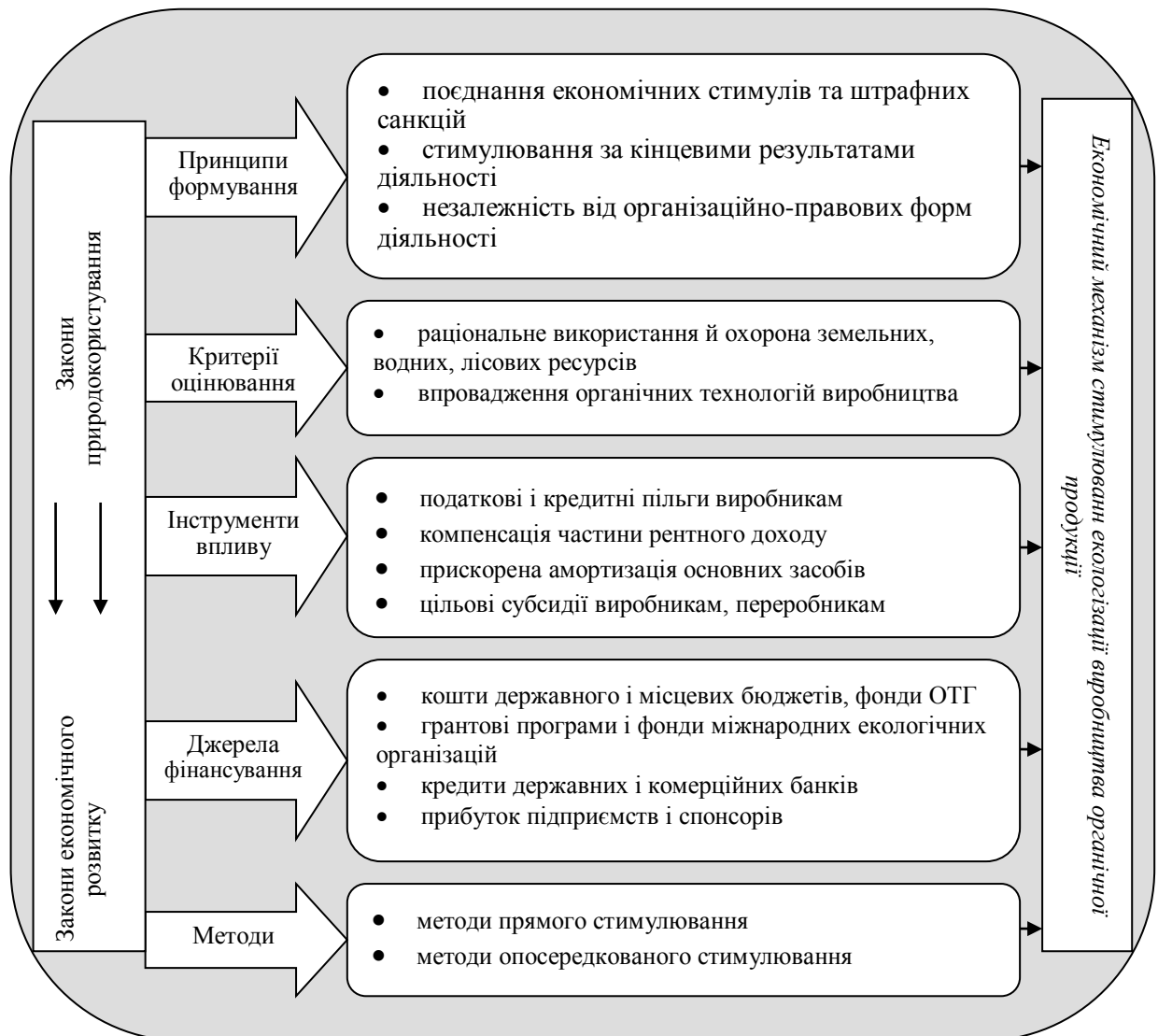


Рис. 4. Економічний механізм стимулювання екологізації аграрного виробництва

Джерело: побудовано автором

Критеріями економічного стимулювання власників використання за екологобезпечних технологій є: впровадження ґрунтозахисної системи землеробства; підвищення вмісту гумусу, проведення агрохімічної паспортизації земель сільськогосподарського призначення.

Основними напрямками організаційно-економічного управління в аграрному виробництві є:

- формування на державному рівні заходів, які здатні змінити формат відносин між виробництвом та навколишнім природним середовищем у бік раціонального використання, відтворення агросистем;

- реалізація заходів екологічної політики на державному і регіональному рівнях, основою яких є процес впровадження і розвитку екологічно чистого

виробництва, раціональне використання можливостей економіки держави, особливо її фінансових ресурсів, виробничого та науково-технічного потенціалів;

- визначення суспільних пріоритетів з огляду на конкретну екологічну ситуацію в регіонах, згідно з якою планується усунення негативних явищ природокористування і перехід до екологічно чистого виробництва;

- поєднання державного впливу з ринковими формами управління, стимулювання якісних змін шляхом пріоритетного фінансування, кредитування, матеріально-технічного, інформаційного забезпечення, впровадження і розвитку екологічно чистого виробництва;

- проведення економіко-екологічного моніторингу процесу переходу до екологічно чистого виробництва під час аналізу внутрішніх сильних і слабких сторін агровиробників;

- врахування зміни складу зовнішніх факторів та їх впливу на конкурентоспроможність продукції і підприємств аграрного сектору економіки, а саме деталізувати їхню дію, чітко розділяти ринкові можливості і загрози.

Екологічні інструменти управління передбачають проведення сертифікації і маркування екологічної продукції, яка доводить, що забезпечується відповідність ідентифікованого об'єкту конкретному нормативному документу. Процес сертифікації і стандартизації має бути проведений відповідно з міжнародними стандартами адаптованими до умов України.

Еколого-економічні інструменти, на нашу думку, є складовою частиною екологічного маркетингу і включають:

- виробництво екологобезпечної агропродовольчої продукції та її екологічне позиціонування;

- ціноутворення з урахуванням екологічних витрат;

- формування ринку екологічно безпечної продукції, в основу якого повинні бути покладені міжнародні стандарти екологічного сільсько-господарського виробництва;

- розподіл екологічно безпечної агропродовольчої продукції;

- становлення інформаційно-комунікаційної системи просування агропродовольчої продукції.

На цій основі прогнозування соціально-економічного розвитку держави, регіону, враховуючи вимоги екологічної безпеки під час здійснення структурної перебудови, дозволить максимально екологізувати виробничу діяльність аграрних підприємств, значно знизити антропогенний тиск на оточуюче природне середовище, зберегти й оздоровити його.

Важливо відзначити, що нині перехід до нових систем господарювання в аграрній галузі – це складний процес, і для його здійснення варто змінити принципи функціонування суб'єктів агробізнесу, прискорити їх інноваційний розвиток та забезпечити можливість їх організаційних трансформацій. Саме тому сучасні умови господарювання аграрних підприємств вимагають формування цілісної, науково обґрунтованої

системи управління, яка враховує інтереси споживача, спрямована на узгодження попиту та пропозиції з найменшими втратами, забезпечує прибутковість збутової діяльності і дозволяє адекватно реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Практичну реалізацію екологічно збалансованого розвитку аграрних підприємств та відтворення довкілля може забезпечити ефективне поєднання двох принципів (інституцій): соціальної екологічної відповідальності, яка відображає ступінь його інституційної зрілості у прийнятті тих чи інших управлінських рішень та соціальної екологічної умотивованості, в основі якої перебувають як матеріальні, так і духовні цінності суспільства загалом та кожного суб'єкта аграрного господарювання зокрема.

Висновки. Інноваційна модель розвитку аграрного виробництва має ґрунтуватися на всебічному врахуванні екологічних чинників, вимог екологічної безпеки будь-якого виробничого процесу, раціонального використання й охорони природних ресурсів. Завдяки цьому суспільство буде спроможне подолати екологічну кризу і створити такі умови, за яких аграрне виробництво розвиватиметься на інтенсивній, конкуренто-спроможній і водночас екологобезпечній основі.

У результаті виробнича діяльність аграрних підприємств має бути переведена на принципово нову економіко-технологічну основу, структурна перебудова виробництва повинна здійснюватися з урахуванням екологічних факторів, законів, вимог і нормативів, що є обов'язковою умовою подолання екологічної кризи в державі.

Забезпечення умов для переходу аграрної галузі на модель сталого розвитку дозволить підвищити її конкурентоспроможність, зміцнити позиції на глобальних ринках, що створить базис для підвищення економічної міцності держави, вирішення екологічних та соціальних проблем.

Під час реалізації головних завдань екологізації можливо істотно зменшити техногенне навантаження на довкілля, покращити його стан, що допоможе Україні виконати узяті міжнародні зобов'язання стосовно захисту навколишнього природного середовища і поступово досягти європейських норм і нормативів щодо граничних рівнів шкідливого впливу на довкілля.

Важливими екологічними передумовами розвитку екологічно спрямованих інновацій є ресурсо- та енергозбереження – критерії, які є особливо важливими в умовах обмеженості і значного виснаження природно-ресурсного потенціалу України.

Для спрямування дій агровиробників у напрямі екологізації необхідно розробити мотиваційний механізм, основними складниками якого є інструменти мотивації інноваційного розвитку агропідприємств і економічні інструменти екологізації агровиробництва. На нашу думку, ключовим мотивом до вирішення питання екологобезпечного виробництва, що дасть змогу створити реально функціонуючий сектор виробників

екологічно чистої продукції, має стати матеріальне стимулювання й зміна внутрішньої філософії ведення агробізнесу.

Структура агровиробництва має забезпечити мінімальний антропогенний вплив на навколишнє середовище. При цьому необхідно проводити оцінку соціально-екологічного статусу територій і оцінку екологічного стану ведення господарської діяльності. Ця оцінка має здійснюватися відповідно до світових тенденцій розвитку і міжнародних стандартів.

Таким чином, сталий розвиток органічних підприємств буде спроможний лише у комплексі з формуванням сприятливої стимулюючої державної політики, прийняття відповідних законодавчих актів щодо органічного агровиробництва та сертифікації органічних продуктів харчування і розвитку аграрного сектору економіки України. Відповідно, на ринку органічної продукції залишаться лише ті підприємства, які матимуть конкурентні переваги.

Головними індикаторами ефективності інноваційної моделі розвитку аграрних підприємств виступає якість (економічні, екологічні, соціально-інституційні та ступеня гармонізації) та безпека життя населення.

Список використаних джерел:

1. Мінькова О.Г. Шляхи та способи переходу від традиційного аграрного виробництва до органічного / О.Г. Мінькова // Вісник Уманського національного університету садівництва. 2016. № 1. С. 3–10.
2. Шкабара Т.Л. Екологічний потенціал вітчизняного аграрного господарювання в умовах сучасних євроінтеграційних процесів / Т.Л. Шкабара, А.Ю. Остапенко // Науковий вісник ХДУ. 2014. Вип. 7. С. 131–135.
3. Синякевич І.М. Екологізація розвитку: суть, об'єктивна необхідність, принципи, інструменти, перспективи для України / І.М. Синякевич // Науковий вісник ЛНЛУ. 2005. Вип. 15.6. С. 98–102.
4. Вітков М.С. Інтенсифікація сільськогосподарського виробництва на інноваційній основі: монографія / М.С. Вітков. К.: ННЦ ІАЕ, 2008. 220 с.
5. Шубравська О.В. Ризики сталого розвитку АПК України в умовах глобалізації / О.В. Шубравська // Економіка України. 2007. № 2. С. 62–68.
6. Никитина З.В. Экологизация производства сельскохозяйственных предприятий / З.В. Никитина // Аграрная наука. 2005. № 6. С. 14–15.
7. Ковальова О.В. Організація управління еколого-спрямованим сільськогосподарським виробництвом: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Ковальова Олена Вікторівна. Київ, 2008. 20 с.
8. Вічевич А.М. Екологічний маркетинг: навчальний посібник / А.М. Вічевич, Т.В. Вайданич, І.І. Дідович, А.П. Дідович. Л.: УкрДЛТУ, 2002. 248 с.
9. Гайдучкий П.І. Екологізація суспільної свідомості та розвиток агросфери / Гайдучкий П.І., Ходеківська О.В. // Економіка АПК. 2012. № 11. С. 15–21.
10. Мельник П.П. Концепції еколого-економічного управління в агроєкосистемі / П.П. Мельник, Т.М. Єгорова // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. Вип. 24.2. С. 114–119.
11. Волик Н.Г. Екологічний розвиток сільськогосподарського виробництва / Н.Г. Волик // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2006. № 4. С. 60–63.

12. Сидорук Б.О. Обґрунтування комплексу складових в системі стимулювання екобезпечного аграрного виробництва / Б.О. Сидорук // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». 2013. № 2. С. 139–145.
13. Васюткіна Н.В. Формування системи управління сталим розвитком підприємства / Н.В. Васюткіна // Економіка розвитку. 2014. № 2 (70). С. 93–98.
14. Коняєв О.В. Економічні регулятори формування механізму екологізації природокористування в регіонах зрошення [Електронний ресурс] / О.В. Коняєв, Г.Є. Жуйков. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2009_2/2009/02/090234.pdf.
15. Дубодєлова А.В. Організаційно-економічні механізми екологізації виробництва на вітчизняних підприємствах / А.В. Дубодєлова, О.В. Юринець, М.М. Федорів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 698. – С. 156–162.
16. Амбросов В.Я. Забезпечення державної підтримки сільськогосподарського виробництва в умовах членства України в СОТ / В.Я. Амбросов, В.М. Онегіна // Економіка АПК. 2009. № 2. С. 15–24.
17. Сахацький М.П. Інструменти державної підтримки експортного потенціалу аграрних підприємств України / М. Сахацький, І. Ксьонжик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. 2016. № 2. С. 29–36.

Бондар Ю.А.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, економіки, права та туризму
Льотної академії
Національного авіаційного університету (м. Кропивницький)*

Легінькова Н.І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, економіки, права та туризму
Льотної академії
Національного авіаційного університету (м. Кропивницький)*

Фабрика І.В.

*кандидат економічних наук,
заступник керівника
Центру управління стратегічними змінами
АТ «Ощадбанк» (м. Київ)*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

У цьому дослідженні визначено стратегічне управління експортною товарною політикою, що передбачає як необхідність всебічного знання підприємством своїх експортних можливостей, рівня своєї конкурентоспроможності, так і можливостей регіональних товарних ринків на перспективу. Розглянуто експортну політику як результат у довгостроковому плані, яка повинна виходити з принципу послідовного

переходу від простих до більш складних завдань експорту і концентрувати свої зусилля на найбільш перспективних для себе регіональних та продуктових напрямках.

Наведено формалізоване подання моделювання зв'язків між показниками функції, що являє собою удосконалену структурно-логічну схему оцінювання експортного потенціалу підприємства щодо реалізації продукції на зовнішніх ринках. Конкретизовано подання зв'язків між показниками, що безпосередньо впливають на ефективність експортної діяльності підприємства.

Визначено пріоритетні напрями зростання експортного потенціалу підприємств. Зазначено, що ринковий потенціал підприємства є здатністю до конкурентної боротьби на світових ринках, яка визначається ресурсами підприємства, особливостями їх використання під час формування продукту та послуги, управлінських та маркетингових стратегій, які забезпечують їм необхідну конкурентоспроможність.

Вступ. В умовах глобальної трансформації сучасної світової економіки пріоритетного значення набуває вирішення завдань створення внутрішніх та зовнішніх умов інтеграції України у світове господарство, реалізації її конкурентних переваг на засадах формування та реалізації експортного потенціалу підприємств.

Сьогодні експорт для України – важлива компонента формування прибуткової частини державного бюджету, одночасно за допомогою експорту реалізується близько двадцяти відсотків валового національного продукту країни. Рівень розвитку експортно-орієнтованих сфер економіки впливає на темпи інтеграції України у світове господарство, визначає місце і роль країни в системі світогосподарських зв'язків.

Нові тенденції в світовій економіці та міжнародному розподілі праці, посилення конкуренції на зовнішніх ринках, вичерпання екстенсивних чинників розвитку українського експорту і незначна частка в його структурі готових виробів насамперед вимагають нових наукових досліджень із метою підвищення ефективності експортної діяльності, в тому числі за рахунок підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції машинобудування. Конкурентоспроможність національної економіки – це вирішальний критерій, який впливає на вихід України на зовнішні ринки, сприяє лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків та підвищенню рівня відкритості економіки.

Низька конкурентоспроможність багатьох вітчизняних технологій, продукції, послуг не дає змоги ефективно включитися в систему світогосподарських зв'язків. Тому однією з визначальних умов успішності прийнятих управлінських рішень із посилення конкурентних позицій на світових ринках збуту продукції стає об'єктивна і своєчасна оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

Науковий аналіз ефективності і масштабів експортної діяльності мають важливе значення для коригування зовнішньоекономічного комплексу

України і подальшого вдосконалення системи його державного регулювання, що, безумовно, важливо для поглиблення процесу інтеграції України до глобальних ринків.

1. Модель вибору інформації для здійснення конкурентного аналізу

Управління підприємством у сучасних економічних умовах – це мистецтво, що вимагає від працівників вищої ланки апарату управління оволодіння новими знаннями і навичками у галузі стратегічного управління. Стратегічне програмування конкурентоспроможності експортного потенціалу є одним із нових напрямів розвитку стратегічного управління підприємством.

Стратегічне програмування конкурентоспроможності експортного потенціалу підприємства передбачає усвідомлену спробу конструювання майбутнього не тільки на підставі знання теперішнього і минулого, але і на підставі вивчення факторів невизначеності й урахування різноманітних ризиків, що дасть змогу здобувати прибуток завдяки новим можливостям. Цей процес спрямований на розширення можливостей стратегічного управління за рахунок безпосереднього залучення всіх працівників підприємства до планування. Він дає змогу звільнити енергію підприємства, підняти планку звичних уявлень, і затвердитися у розумінні того, що ці уявлення не визначають дійсного потенціалу підприємства.

Розроблено і рекомендовано до впровадження блок-схему процесу стратегічного управління конкурентоспроможністю експортного потенціалу (рис. 1) [6]. Розглянемо зміст її етапів.

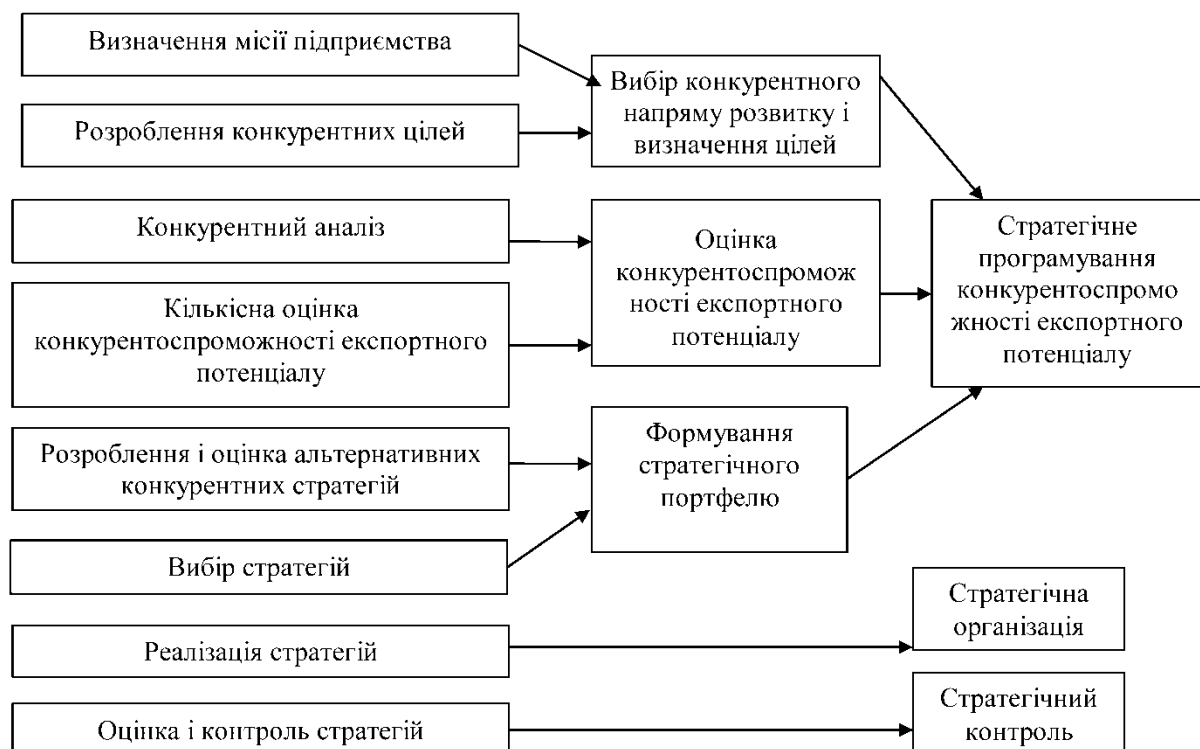


Рис. 1. Рекомендована блок-схема процесу стратегічного управління конкурентоспроможністю експортного потенціалу

Першим етапом процесу програмування конкурентоспроможністю експортного потенціалу підприємства є вибір конкурентного напрямку розвитку підприємства. Цей етап складається з визначення місії і розроблення конкурентних цілей.

Одним із найбільш істотних рішень системи стратегічного планування є розроблення місії підприємства. Визначення місії – це перший крок у зниженні невизначеності уявлень стосовно підприємства насамперед у власників, керівництва, персоналу, а потім і у всіх тих, хто має справи з підприємством. Місія підприємства дає змогу заявити і позначити якість товарів і послуг, оголосити відношення підприємства до суспільства, зовнішнього оточення. При цьому місія визначає стратегічні орієнтири і демонструє тактичний напрям.

Місія повинна відображати поточні досягнення і майбутню спрямованість підприємства, які у зовнішньому середовищі роблять його несхожим із конкурентами. Тобто визначення місії також є засобом виділення підприємства серед конкурентів.

Крім того, робота над формулюванням місії сприяє єднанню колективу підприємства, створенню корпоративного духу.

Приступати до формування місії необхідно з відповідей на питання, що стосуються основної діяльності підприємства. Ми ж у свою чергу пропонуємо напрями досліджень, за підсумками яких буде визначатися місія підприємства (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Рекомендовані напрями дослідження місії підприємства

Елемент місії	Напрями досліджень
1. Товар	Уточнення переліку товарів і послуг підприємства. Визначення частки кожної групи товарів (послуг) у загальному обсягу товарообігу. Визначення споживчої цінності.
2. Споживач	Складання профілю споживача. Виявлення груп споживачів із найбільшим рівнем споживання товарів підприємства. Визначення потенційних споживачів.
3. Галузь діяльності	Визначення географічного положення споживачів, географії конкурентів.
4. Стратегічна спрямованість	Визначення основних довгострокових орієнтирів діяльності підприємства (вид діяльності, товарна номенклатура, цілі розвитку).
5. Основа конкурентоспроможності підприємства	Визначення характеристик за рахунок яких підприємство буде випереджати конкурентів (інноваційна технологія, особлива компетентність, унікальність, важлива вигода тощо).
6. Зацікавлені групи	Визначення найбільш зацікавлених у діяльності підприємства суб'єктів (працівники підприємства, партнери, акціонери, інвестори, місцеві органи влади).

Якщо місія задає загальні орієнтири діяльності підприємства, які виражають зміст його існування, то конкретний стан, до якого прагне підприємство, визначається цілями. Поряд із формуванням місії вибір цілей є найбільш відповідальним етапом стратегічного програмування. Цілі повинні відповідати напрямкам розвитку і потенціалу підприємства.

Всі сформульовані цілі потрібні бути пов'язані у певну систему, що забезпечує взаємну підтримку цілей. Якщо під час формулювання цілей активно залучати не тільки працівників вищої ланки, а і рядових фахівців, то це не тільки згуртує колектив підприємства, але і мотивує працівників до досягнення цих цілей.

Розроблені цілі повинні використовуватися як критерії для всього наступного процесу розроблення і прийняття управлінських рішень у сфері управління конкурентоспроможністю експортного потенціалу підприємства.

Наступним етапом програмування конкурентоспроможності експортного потенціалу є конкурентний аналіз, який дає змогу оцінити його конкурентоспроможність і виявити конкурентні переваги (рис. 2).



Рис. 2. Блок-схема конкурентного аналізу

Ефективність конкурентного аналізу багато в чому визначається повнотою і якістю інформаційного забезпечення. Необхідне комплексне використання первинних (канали розподілу продукції, постачальники, споживачі, рекламні агентства, персонал підприємства-конкурента, консалтингові фірми) і вторинних (звіти господарчої діяльності конкурента, рекламні проспекти, інформація у ЗМІ) джерел інформації стосовно діяльності підприємств-конкурентів. Але під час вибору джерела інформації слід враховувати фактор вартості і повноти інформації, а також фактор часу.

Ми пропонуємо в процесі інформаційного забезпечення конкурентного аналізу використання моделі вибору інформації (рис. 3).

Модель включає до себе вісім квадрантів [3].

Квадрант 1 – необхідне швидке реагування на ситуацію в галузі. У таких умовах можливий тільки загальний збір інформації: кількість конкурентів, їхній асортимент, рівень цін, матеріали преси. Цілком імовірна нестача даних для повноцінного аналізу стану галузевої конкуренції.

Квадрант 2 – тут також вирішується тактичне завдання, як правило, визначення місця підприємства на ринку. За достатнього фінансування рекомендується використання рейтингової інформації відомих консалтингових агентств.

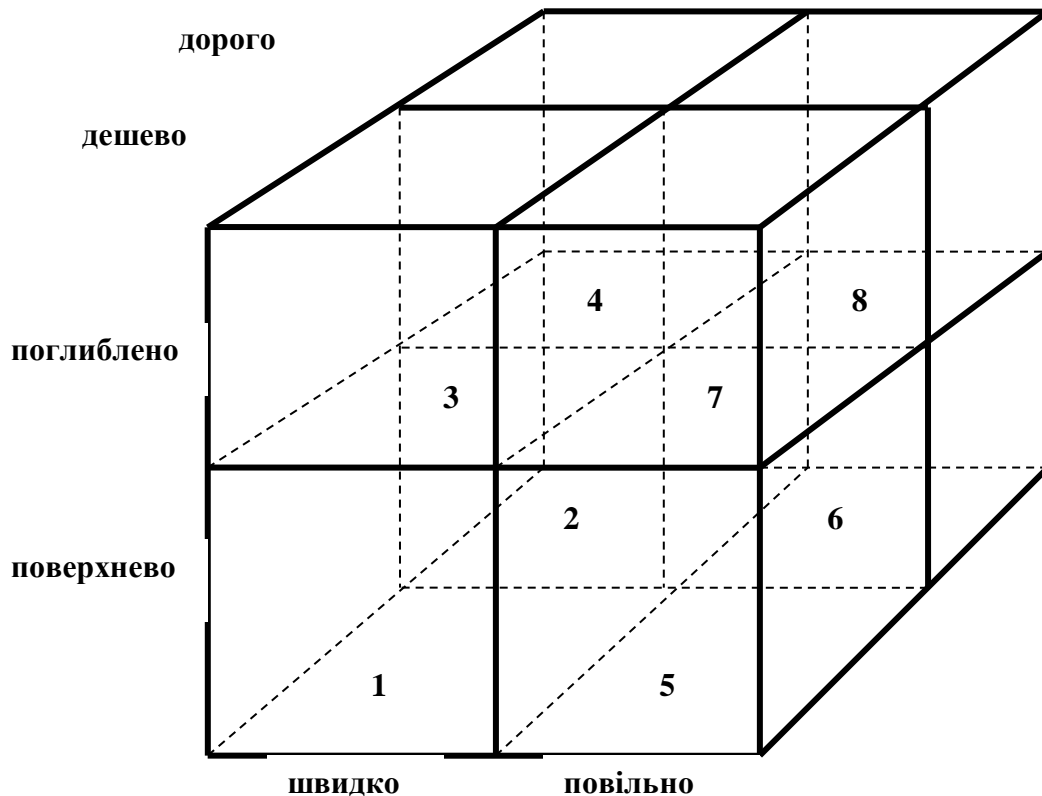


Рис. 3. Рекомендована модель вибору інформації для здійснення конкурентного аналізу

Квадрант 3 – необхідно дуже обережно підходити до користування інформацією, тому що дуже важко зібрати поглиблену інформацію за невеликі кошти і за швидкий час.

Квадрант 4 – підприємство готове платити великі гроші за поглиблену і швидко інформацію. Рекомендується використання готових звітів відомих консалтингових агентств.

Квадрант 5 – характерний для ситуації, коли підприємству необхідно розробити лінію поведінки на ринку, не маючи на це великих грошей і не прагнучи до детальної інформації. Рекомендується використання параметричного аналізу, коли на підставі первинної інформації обираються параметри порівняння конкурентів.

Квадрант 6 – як і квадрант 3, викликає сумніви: чи доцільне проведення аналізу конкурентів дорого і довго без достатньої деталізації? Кращим виходом буде проведення аналізу власними силами підприємства.

Квадрант 7 – характерно для ситуації, коли керівництво підприємства відчуває, що лідируючим позиціям на ринку погрожує поява нових конкурентів і необхідна детальна інформація щодо потенційних конкурентів. Доцільне здійснення аналізу силами підприємства.

Квадрант 8 – постійний моніторинг конкурентів. Це найбільш результативний квадрант, що дає змогу тримати контроль за всіма конкурентами і найбільш ефективно реагувати на ринкові зміни.

Першим кроком під час здійснення конкурентного аналізу є дослідження конкурентного середовища підприємства.

Дослідження конкурентного середовища повинне розпочинатися з вивчення державної політики у галузі конкуренції. Вивчаються основні нормативно-правові акти стосовно конкуренції, визначаються економічні важелі регулювання конкурентних відносин на ринку.

Наступний крок – визначення ключових економічних характеристик ринку. Ми вважаємо що до цих характеристик слід відносити:

- розмір ринку;
- інтенсивність конкуренції;
- бар'єри входу/виходу;
- рушійні сили ринку.

Визначення розмірів ринку має стратегічне значення для підприємства – невеликий ринок, як правило, не приваблює нових конкурентів, і навпаки, великий ринок приваблює інтереси великих корпорацій, фінансово-промислових груп.

2. Показники вимірювання інтенсивності конкуренції

Для вимірювання інтенсивності конкуренції рекомендується використання таких показників: розподіл ринкової частки між конкурентами, темп росту ринку і прибутковість ринку.

Розподіл ринкової частки між конкурентами слід визначати за допомогою таких показників, як індекс Херфіндала, індекс Розенблюта, коефіцієнт Джині, показник CR_4 – Concentration Ratio [7].

$$I_h = \sum D_i^2 \text{ або } I_h = 10000 \sum D_i^2 \quad (1)$$

при $D_i = OP_i / OP$, $i = 1, \dots, n$,

де: I_h – індекс Херфіндала ($0 < I_h < 1$),

D_i – частка i -ого підприємства у загальному обсязі реалізації даного асортименту,

OP_i – обсяг реалізації i -ого підприємства,

OP – загальний обсяг реалізації.

$$I_r = 1 / (2 \sum (i \cdot D_i) - 1), i = 1, \dots, n. \quad (2)$$

де: I_r – індекс Розенблюта,

D_i – частка i -ого підприємства у загальному обсязі реалізації даного асортименту.

$$G = (1/n) * \sum | (i - 1) \cdot A_i - i \cdot A |, i = 1, \dots, n. \quad (3)$$

де: G – коефіцієнт Джині,

A_i – накопичене значення часток крупніших організацій ринку.

$$CR_4 = (OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4) / OP \quad (4)$$

де: CR_4 – Concentration Ratio (частковий показник концентрації),
 $OP_{1,2,3,4}$ – обсяги реалізації чотирьох найкрупніших учасників ринку,;
 OP – загальний обсяг реалізації на ринку.

Метою аналізу конкурентних сил ринку, що впливають на підприємство, є ідентифікація сприятливих можливостей і небезпек. Для цього ми пропонуємо використовувати модель п'яти сил М. Портера [4]. Модель описує функціонування конкурентного середовища у межах п'яти основних конкурентних сил:

- загроза появи нових конкурентів;
- ринкова влада постачальників;
- ринкова влада покупців;
- загроза появи товарів – замінників;
- суперництво між існуючими компаніями на ринку.

Загроза виходу нових компаній на ринок полягає в тому, що нові учасники ринку додають до нього нові ресурси (виробничі потужності, фінансові, інноваційні і інші), які до цього моменту не являлися обов'язковою підставою для вдалої діяльності на ринку. Ринкова влада постачальників впливає на ціни і якість продукції, що відображається на рентабельності ринку. Ринкова влада покупців виражається у їхній спроможності знижати ринкові ціни шляхом зменшення кількості покупок або шляхом вимагання більшої якості за традиційну ціну. Наявність товарів-замінників встановлює межу цін на товари. Коли ціна підіймається вище цієї межі, споживач може переключитися на товари-замінники. Конкуренція між підприємствами на ринку становить ядро моделі Портера. Слід виявляти вплив трьох факторів: структуру ринкової конкуренції, попит і висоту бар'єрів входу до ринку.

Кожен із факторів ринкової конкуренції оцінюється експертами за бальною шкалою. Як експерти можуть залучатися менеджери і провідні фахівці підприємства. Крім того, для урахування відносної значущості кожного фактора визначається його питома вага.

У підсумку ми маємо оцінку ступеня впливу кожної із п'яти сил конкуренції на ринку, яка являє собою суми доданків із обґрунтованими експертним шляхом ваговими коефіцієнтами:

$$R_k = \sum_{i=1}^n k_i b_{ij} , \quad (5)$$

де: R_k – рівень конкуренції, k_i – коефіцієнт вагомості, b_i – експертна оцінка.

Ця методика була апробована у процесі дослідження практики управління конкурентоспроможністю маркетингового потенціалу підприємств.

Дослідження конкурентного середовища підприємства повинне закінчуватися виявленням ключових факторів конкурентного успіху на цьому ринку. їхня ідентифікація – один із найголовніших пріоритетів розроблення конкурентної стратегії підприємства.

Другою частиною конкурентного аналізу підприємства є дослідження факторів конкурентоспроможності експортного потенціалу підприємства. За підсумками дослідження робиться висновок про рівень використання експортного потенціалу підприємства. Ціль дослідження факторів конкурентоспроможності потенціалу – оцінка стратегічної ситуації для підприємства у конкурентному середовищі на міжнародному ринку.

Під час проведення конкурентного аналізу доцільно прагнути використовувати всі досягнення в галузі стратегічного управління конкурентоспроможністю (табл. 2). Обрання конкретних методів повинне диктуватися конкретною ситуацією, в якій перебуває підприємство.

Таблиця 2

Інструменти проведення конкурентного аналізу підприємства

Характеристика	Етапи конкурентного аналізу	
	Дослідження міжнародного конкурентного середовища	Дослідження факторів конкурентоспроможності експортного потенціалу
Задачі	Оцінка конкурентного клімату підприємства	Оцінка маркетингового потенціалу підприємства
Інструментарій	Бенчмаркінг SWOT-аналіз STEP-аналіз П'ять сил Портера SNW-аналіз Матриця «Дженерал Електрик – Мак Кинзи» ЖЦ галузі Карта стратегічних груп Поле стратегій конкурентної боротьби Індекс Херфіндала Індекс Розенблюта Коефіцієнт Джині Показник CR ₄ – Concentration Ratio	Бенчмаркінг Матриця Ансоффа «Продукт – ринок» Матриця БКГ SWOT-аналіз Матриця «Дженерал Електрик – Мак Кинзи» ЖЦ товарів, підприємства, технологій Матриця Хинтерхубера Модель Кано Матриця Симона Сітка сегментування Матриця Shell/DPM
Рішення	Виявлення ключових факторів конкурентного успіху	Визначення рівня використання маркетингового потенціалу

Одним із передових методів, який ми рекомендуємо використовувати під час здійснення конкурентного аналізу, є бенчмаркінг. Бенчмаркінг (від англ. Benchmarking) – порівняння економічної ефективності. Зіставлення показників ефективності дає можливість зрозуміти уразливі і раціональні сторони діяльності підприємства порівняно з конкурентами і світовими лідерами в галузі. Це дає змогу знайти порожні ринкові ніші, вийти на імовірних партнерів, більш повно використовувати маркетинговий потенціал.

Конкурентний бенчмаркінг маркетингового потенціалу – це порівняння якості роботи підприємства, рівня використання маркетингового потенціалу з основними конкурентами. Бенчмаркінг повинний здійснюватися постійно і бути важливою частиною стратегії бізнесу (рис. 4).

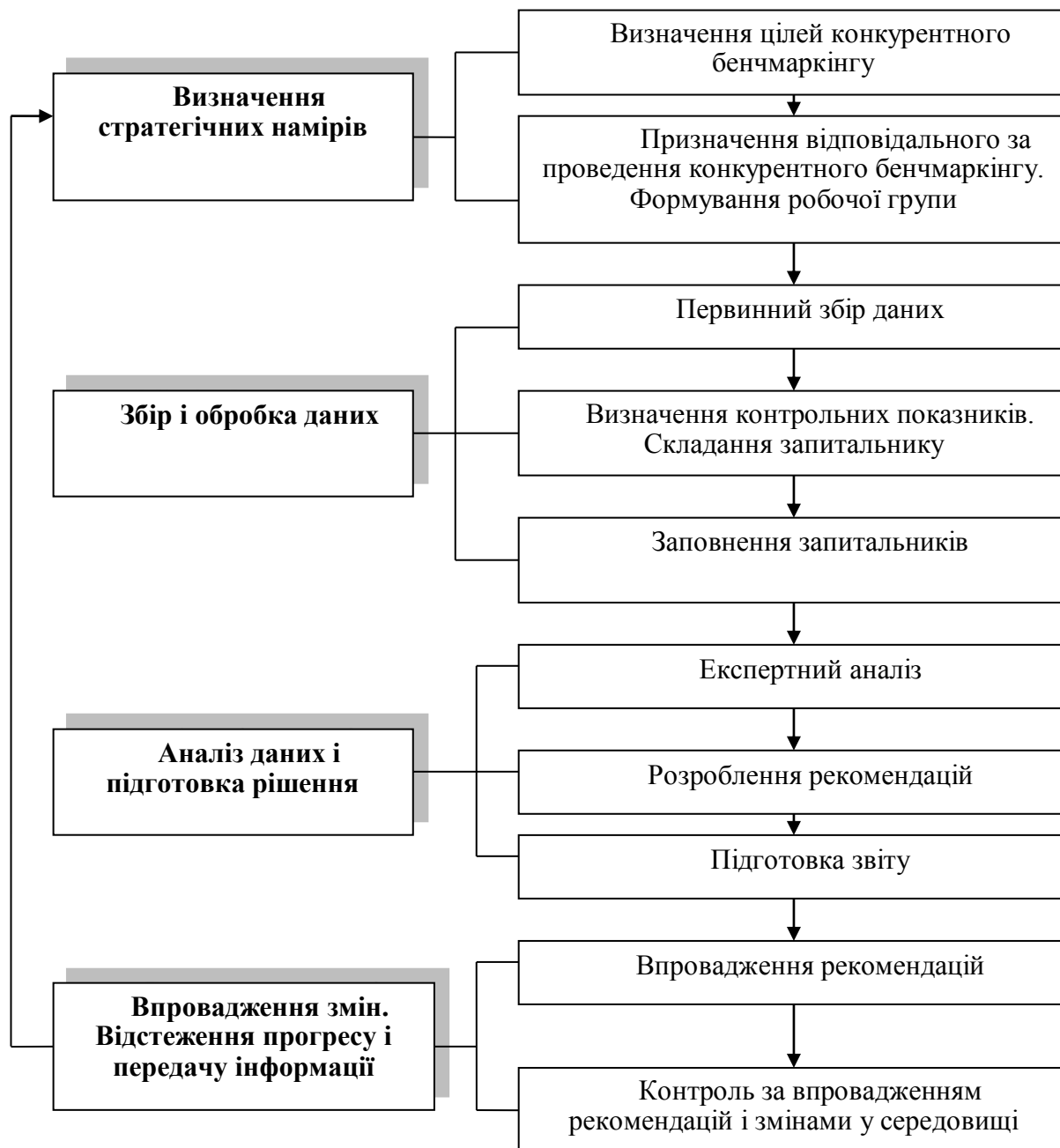


Рис. 4. Рекомендована схема процесу конкурентного бенчмаркінгу

Рекомендовані цілі зі здійснення конкурентного бенчмаркінгу:

- визначення конкурентоспроможності маркетингового потенціалу підприємства;
- усвідомлення необхідності змін;
- відбір ідей щодо кардинального покращення діяльності підприємства;
- виявлення найбільш ефективних прийомів роботи;
- розроблення інноваційних підходів;
- розроблення нових прийомів збільшення якості товарів і послуг;
- переорієнтація корпоративної культури і ментальності.

Конкурентний аналіз підприємства повинний закінчуватися складанням прогнозу довгострокової конкурентної позиції підприємства. Цей прогноз є основою прийняття стратегічних рішень. Підприємству необхідно виявити

фактори, які будуть забезпечувати конкурентоспроможність маркетингового потенціалу у довгостроковій перспективі.

Ми пропонуємо здійснювати прогнозування довгострокової конкурентної позиції за такими напрямками (рис. 5):

1. Конкурентний аналіз.
2. Розроблення альтернатив товарно-ринкового портфеля.
3. Розроблення альтернатив управління конкурентоспроможністю маркетингового потенціалу.

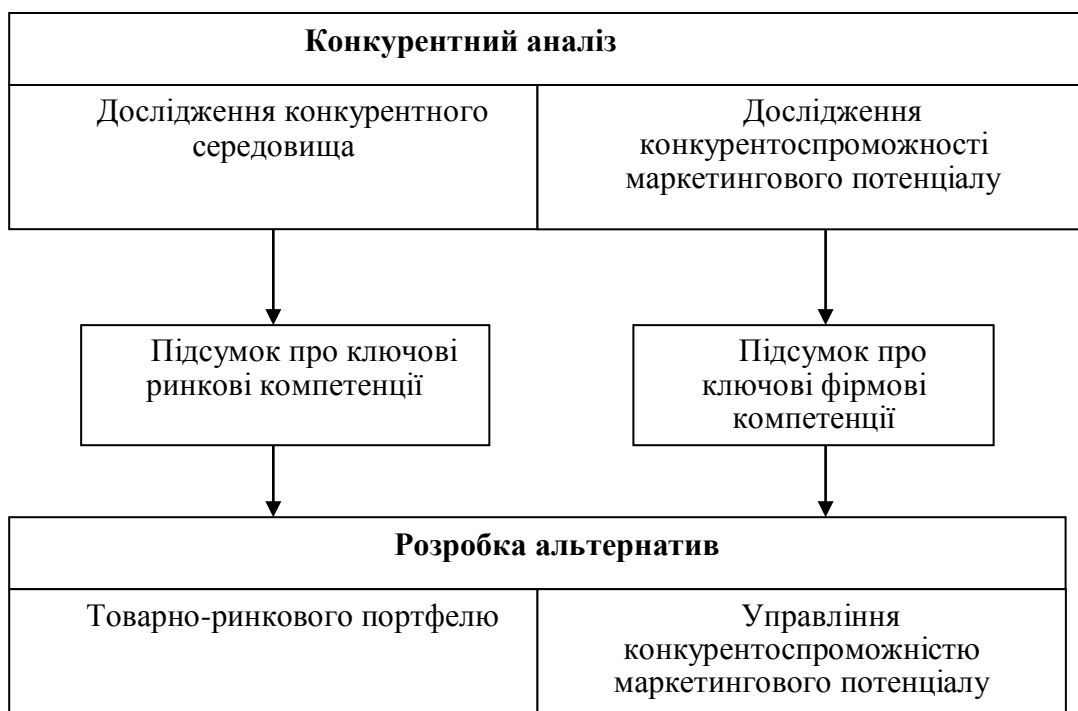


Рис. 5. Схема прогнозування довгострокової конкурентної позиції

На етапі аналізу конкурентного середовища необхідно визначити величину майбутнього попиту на товари, що входять до асортименту підприємства, а також фактори, що зумовлюють ринковий попит. Підсумком аналізу буде висновок про ключові ринкові компетенції – набір ресурсів, навичок, знань, що необхідні для здійснення ефективної ринкової діяльності на протязі тривалого періоду часу.

Підсумком аналізу конкурентоспроможності експортного потенціалу буде висновок про ключові фірмові компетенції. Тобто про ті фактори експортного потенціалу, які дозволять підприємству вдало конкурувати на ринку.

Головним результатом стратегічного конкурентного аналізу являється стратегічна інформація, на підставі якої здійснюється порівняльна оцінка експортного потенціалу конкурентів. Для цього за допомогою комп'ютерної програми необхідно розрахувати рівень використання потенціалу підприємств-конкурентів.

Після кількісної оцінки рівня використання експортного потенціалу підприємств необхідно розробити «профіль експортного потенціалу»

конкурентів. Аналіз цього профілю дасть змогу виявити «ключові фактори успіху» і слабкі сторони діяльності конкурентів.

На підставі «профілю експортного потенціалу» необхідно скласти «профіль конкурентоспроможності експортного потенціалу» для всіх груп підприємств, що дасть можливість не тільки здійснити відносну оцінку конкурентів, але і буде основою для вибору конкурентної стратегії і визначення заходів для підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

У межах оцінки конкурентоспроможності потенціалу доцільне здійснення групування конкурентів – метод будування карти стратегічних груп. Для цього підприємства повинні мати досвід на основних конкурентів.

Групи повинні формуватися з підприємств зі схожими стратегіями, з підприємств, які займають однакові позиції на ринку.

Для складання карти стратегічних груп ми рекомендуємо такі критерії об'єднання підприємств:

1. Розмір підприємств.
2. Рівень експортного потенціалу.
3. Ринкова частка.
4. Географічне розташування (міжнародний, національний, регіональний ринки).
5. Характеристика товарів (широта асортименту, рівень цін, система маркетингових комунікацій тощо).

Вибір конкретних характеристик залежить від стану інформаційного забезпечення підприємства, що здійснює побудову карти.

Основними конкурентами є підприємства, які входять до складу однієї конкурентної групи. Але якщо стратегічні групи розташовані на карті досить близько, то між ними також можлива конкуренція. До того ж допускається імовірність переходу з однієї до іншої стратегічної групи.

Центральним моментом стратегічного управління конкурентоспроможності експортного потенціалу підприємства є формування стратегічного портфелю. Цей етап складається зі стадії розроблення й оцінки альтернативних конкурентних стратегій і з стадії вибору стратегій [2].

Вибір конкурентної стратегії визначається станом, потенціалом, іміджем підприємства на ринку, специфікою його товарів. Конкурентні стратегії розглядаються як основа базових стратегій підприємства і забезпечують підприємству можливість функціонування в умовах ринкової економіки.

За допомогою матриць здійснюється оцінка ролі бізнес-областей з погляду факторів привабливості ринку і конкурентної позиції.

У процесі формування конкурентних стратегій підприємства ми рекомендуємо використовувати матрицю «ринкова конкуренція/маркетинговий потенціал» (рис. 6).

Матриця будується на підставі двох факторів – ступеня впливу ринкової конкуренції і рівня використання маркетингового потенціалу підприємства. Всі стратегії підприємства залежно від позиції підприємства на ринку і від характеру дій розподіляються на наступальні й оборонні конкурентні стратегії (табл. 3) [6].



Рис. 6. Рівень використання маркетингового потенціалу

Таблиця 3

**Рекомендований перелік конкурентних стратегій підприємств
згідно з матрицею «Ринкова конкуренція/маркетинговий потенціал»**

Позиції на ринку підприємства	Рівень використання маркетингового потенціалу	Наступальні конкурентні стратегії	Оборонні конкурентні стратегії
Ринкові лідери	Високий (60–100%)	Стратегія активних дій Стратегія захисту	Стратегія контролю ринку
Претенденти на лідерство	Задовільний (40–60%)	Стратегія флангових ударів. Стратегія незайнятих просторів	Стратегія імітація лідера
Ринкові аутсайдери	Низький (0–40%)	Стратегія ринкової ніші	Стратегія збереження позицій Стратегія уникнення конкурентів

Стратегія ринкової ніші (квадрант 1) притаманна підприємствам з обмеженими можливостями щодо використання маркетингового потенціалу і яке здійснює діяльність на ринку з низьким рівнем конкурентного тиску.

Підприємство фокусує увагу на визначеному сегменті ринку, який не приваблює конкурентів.

Стратегія незайнятих просторів (квадрант 2) складається із запобігання відкритої атаки на конкурента у зв'язку з низьким рівнем використання маркетингового потенціалу. Доцільне маневрування навколо дій конкурентів і здійснення пошуку вільних сегментів ринку.

Стратегія контролю ринку (квадрант 3) характерна для підприємств із високим рівнем використання маркетингового потенціалу за незначного конкурентного тиску. Стратегія передбачає контроль над ринком, який передбачає будь-які дії конкурентів, у тому числі і потенціальних, і недопущення виникнення у конкурентів переваг на окремих напрямках діяльності.

Стратегія уникнення конкурентів (квадрант 4) використовується підприємствами, що не мають достатнього потенціалу для здійснення конкурентної боротьби і тому запобігають їй шляхом продажі товарів, які відсутні в асортименті конкурентів.

Стратегія флангових ударів (квадрант 5) присутня на підприємствах із задовільним рівнем використання маркетингового потенціалу, але недостатнім для широкомасштабної атаки ринку. Підприємства виявляють і використовують слабкі позиції ринкового лідера. Але необхідно мати резерв у разі атаки лідера у відповідь.

Стратегію активних дій (квадрант 6) використовують підприємства з високим рівнем маркетингового потенціалу і помірним конкурентним тиском, що прагне стати ринковим лідером. Для досягнення цієї цілі використовується весь комплекс маркетингових заходів.

Стратегія збереження позицій (квадрант 7) припускає підтримку стабільності в ринковій діяльності, запобігання конкурентної боротьби. Доцільна для підприємств, що діють на ринку із сильним рівнем конкуренції і які погано використовують маркетинговий потенціал.

Стратегія імітації лідера (квадрант 8) характерна для підприємств, які не мають достатнього потенціалу для заняття лідируючих ринкових позицій. Означає копіювання політики лідера з метою мінімізації ризику дій у відповідь.

Стратегія захисту (квадрант 9) притаманна підприємствам з високим рівнем використання маркетингового потенціалу і які функціонують на ринку з високим конкурентним тиском. Захист ринкової частки здійснюється за допомогою великих витрат на рекламу, сервіс і стимулювання збуту, що забезпечує підприємству широке розповсюдження товарів.

Висновки. На основі дослідження методичних підходів до визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємств України на світових ринках сформована система показників конкурентоспроможності. Вона дозволяє вибрати з множини показників вирішальні та оцінити конкурентоспроможність підприємств й аналогічних галузей-конкурентів, які діють на світовому ринку, з метою формування ефективного механізму підвищення міжнародної конкурентоспроможності. На основі розробленої економетричної моделі оцінки конкурентоспроможності було визначено загальний коефіцієнт конкурентоспроможності підприємств України.

Можна констатувати, що проблема конкурентоспроможності підприємств України на світових ринках є складною і комплексною. Складність проблеми полягає в тому, що її необхідно інтенсивно розробляти та практично здійснювати за допомогою відповідної державної політики та

запровадженням ефективних економічних стимулів активізації машинобудівного виробництва та його технологічній переорієнтації.

Запропонована удосконалена методика визначення конкурентоспроможності продукції, в основі якої знаходиться модель поелементного співставлення характеристик продукції *i*-продукту з вибраним для співставлення еталоном. На відміну від наявних моделей, запропонована модель управління конкурентоспроможністю продукту за функціями витрат виробника і ринкової вартості порівняно з аналогічними характеристиками виробників конкурентного продукту.

Іншим засобом управління конкурентоспроможністю високотехнологічного та інноваційного продукту є його диференціація. Якщо підприємство має інновацію чи високотехнологічну продукцію, то воно вже має конкурентну перевагу за якістю. Завдання підприємства полягає у максимальній її підтримці, зважаючи на особливості цільового ринку. Для вирішення цієї проблеми необхідно більш широко поглянути на проблему здобуття підприємством конкурентних переваг.

Слід зазначити, що як нині, так і в майбутньому конкурентоспроможним буде лише те підприємство, яке володіє конкурентними перевагами у п'яти сферах, а саме у сферах зниження витрат, підвищення якості, забезпечення гнучкості як діяльності підприємства, так і продукту, перманентного інноваційного пошуку, мінімізації часу виробництва та виведення продукту на ринок.

Удосконалено економетричну модель визначення ступеня залежності експортного потенціалу підприємств від окремих параметрів: інноваційної діяльності, частки маркетингового персоналу у загальній чисельності працівників, обсягу виробленої продукції, інвестування в основний капітал, фінансування маркетингової діяльності. Табличне значення критерію Фішера для цієї моделі нижче за фактичне розраховане. Це дає можливість стверджувати, що гіпотеза про значущість зв'язку між залежною та незалежними змінними підтверджується. Розроблена модель вказує ймовірні напрями реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства у межах покращення його експортного потенціалу.

Запропоновано системний, заснований на концептуальних положеннях стратегічного маркетингу підхід до управління експортним потенціалом підприємства. В основі методичного розроблення знаходиться ідея застосування результатів SWOT-аналізу для побудови різних матричних моделей, які визначають стан підприємства на ринку та стратегії щодо його оптимізації відносно обраних конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Бондар Ю.А. Основні фактори структурних зрушень міжнародної торгівлі послугами в умовах розвитку світового господарства / Ю.А. Бондар, Н.І. Легінькова // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. № 4. С. 19–24.
2. Бондар Ю.А. Інвестиційні стратегії ТНК в умовах формування сталого розвитку / Ю.А. Бондар, Н.І. Легінькова // Економіка та суспільство. 2016. № 2. Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua>

3. Долан Э. Рынок: микроэкономическая модель / [Э.Дж. Долан, Д. Линдсей; пер. с англ. В. Лукашевича и др.; под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича]. СПб., 1992. 496 с.
4. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів/ Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скіпальський. К.: Основи, 1997. 390 с.
5. Пиндайк Р. Микроэкономика: / Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд; [сокр. пер. с англ.] М.: Экономика: Дело, 1992. 510 с.
6. Фабрика І.В. Управління експортним потенціалом підприємств машинобудівної галузі: Дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / ДВНЗ «Криворізький національний університет». Кривий Ріг, 2018. 294 с.
7. Харрингтон Д., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов: Документирование, анализ, управление, оптимизация. СПб.: Азбука; БМикро, 2002. XXIV, 328 с.

Глушкова Т.С.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Міжнародного економіко-гуманітарного університету
імені академіка Степана Дем'янчука*

ЗАСТОСУВАННЯ ДІАГНОСТУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Анотація

Становлення ринкових відносин і конкуренція на світовому ринку привели до перебудови державного механізму розвитку туризму в країні, формування нових підходів до організації галузевого бізнесу, виникнення новітніх технологій туристичного обслуговування. Із врахуванням унікального рекреаційного потенціалу нині діяльність туристичних підприємств в Україні має передумови для підвищення ефективності. Саме тому актуальним є пошук засобів макроекономічного розвитку туристичного підприємництва та розроблення дієвих шляхів їхнього впровадження в руслі сучасних перетворювальних процесів в Україні.

Розроблено наукові рекомендації щодо регіональної оцінки як інструменту макроекономічного розвитку туристичного підприємництва України. Запропоновано структурно логічну модель показників діагностування розвитку туристичного підприємництва та інтегральний показник розвитку туристичного підприємництва регіону, що можуть бути використані для оцінювання макроекономічних аспектів туристичного підприємництва і слугувати орієнтирами для суб'єктів підприємництва у виборі ринкової ніші та під час формування бізнес-портфеля, а для органів державного управління – в оцінюванні ефективності регіональної політики розвитку туристичного підприємництва та обґрунтуванні шляхів її

удосконалення. Застосовано методи економіко-математичного моделювання для побудови багатофакторних моделей залежності результатів розвитку туристичного підприємництва від макроекономічних факторів.

Вступ. В умовах ринку провідну роль у формуванні ефективної, конкурентоздатної, соціально-орієнтованої економіки відводять підприємству як атрибуту та водночас каталізатору необхідних соціальних та економічних трансформацій. Підприємство як дієвий інструмент економічної диверсифікації важко переоцінити в процесах розвитку туристичної сфери, яка в Україні, попри значний потенціал, відзначається стагнаційним етапом. Така ситуація зумовлена низьким рівнем економічної безпеки цього сектору економіки, при якому склалися макроекономічні умови, які швидко змінюються, та при цьому низка параметрів лишаються непрогнозованими. Несвоєчасне реагування держави на появу кризових явищ у бізнесі зумовлює розростання масштабів кризи, що може спричинити його занепад.

Тому важливим є процес постійного відстеження параметрів макроекономічного середовища діяльності туристичного підприємства, своєчасне виявлення та усунення кризових явищ, завдяки чому формується високий рівень його економічної безпеки.

Під економічною безпекою розвитку науковці розуміють динамічний безперервний процес забезпечення бажаних значень показників економічної безпеки стабільності в кожен момент періоду, який оцінюють, з одночасним посиленням нормативів індикаторів, які визначають показники загальної безпеки підприємства [1]. С. Довбня та Н. Гічова стверджують, що, враховуючи циклічність функціонування й розвитку підприємства, управління його економічною безпекою можна ототожнювати з антикризовим управлінням.

Погляди авторів відрізняються щодо науково-методичних підходів до розуміння економічної сутності антикризового управління. Наприклад, автор Н. Бабіна виокремлює три головні напрями:

- антикризове управління як управління в умовах кризи, що настала, спрямоване на вихід із кризової ситуації та стабілізацію стану суб'єкта господарювання;
- антикризове управління як процес, спрямований на недопущення та уникнення появи кризових ситуацій суб'єкта господарювання;
- антикризове управління як комплекс антикризових превентивних та реактивних заходів [2].

Серед означених напрямів найбільш актуальним у сучасних умовах розвитку туристичного підприємництва в Україні нам видається перший напрям, метою якого є стабілізація стану туристичного підприємства. У контексті пошуку інструментів досягнення такого стану звертаємо увагу на визначення на І. Шварца, який стверджує, що «антикризове управління полягає у плануванні та проведенні заходів зі збереження і покращення

базисних показників сталості та розвитку на підприємстві, а також створенні моніторингової системи аналізу відповідних показників».

Отже, для забезпечення економічної безпеки розвитку туристичного підприємництва під час антикризового управління необхідно підібрати систему показників, що буде визначати детермінованість успішності розвитку туристичної галузі обсягами та результативністю реалізації потенціалу підприємництва в означеній сфері. Таку систему буде представлено у вигляді структурно-логічної моделі діагностування туристичного підприємництва.

У пропонованій роботі розглядатимемо лише таку категорію туристичних підприємств, як ФОП, – і визначатимемо її, керуючись законодавством України.

1. Етапи проведення діагностування розвитку туристичного підприємництва

Взявши за основу визначення «підприємництва», наведене у 4 главі Господарського кодексу України [11], туристичним підприємництвом називаємо самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську туристичну діяльність, проваджувану суб'єктами господарювання (підприємцями) для досягнення економічних, соціальних результатів та одержання прибутку.

Етапи діагностування описано у табл. 1.

Оцінювання кількісних і якісних параметрів розвитку туристичного підприємництва нині трактують як необхідну умову вироблення загальної концепції розвитку туризму в Україні. Логіка таких міркувань полягає в тому, що від повноти інформаційної бази про туристичне підприємництво в регіоні як про складну соціально-економічну систему залежить ефективність рішень щодо антикризової регіональної туристичної політики та якість управління нею. Тож підґрунтям глибокого та різнобічного дослідження регіонального розвитку туристичного підприємництва повинно слугувати використання певного набору індикаторів, які б несутеречно та максимально повно відображали його особливості, відображаючи економічну безпеку [12].

Важливим для проведення діагностування розвитку туристичного підприємництва є вибір адекватних показників оцінювання, їхнє порівняння й узгодження з оптимальними або еталонними показниками. Зазначимо про недостатність статистичної бази діагностування туристичного підприємництва для повноти дослідження, що негативно позначається на достовірності оцінювання.

Економічне діагностування розвитку туристичного підприємництва на рівні регіонів передбачає оцінювання певних соціально-економічних показників за відповідний період. Економічне діагностування виконують на основі даних державної статистичної звітності й інших даних, поданих центральними органами виконавчої влади. Крім того, може бути використано інформацію з відкритих джерел, відомості від установ та експертів у галузі туризму та подорожей, а також результати опитування

підприємців та менеджерів туристичних підприємств. Аналіз показників щодо окремих параметрів розвитку туристичного підприємництва ускладнює проблема недосконалості та неповноти статистичної звітності, що унеможлиблює достовірний розрахунок.

Таблиця 1

**Етапи проведення діагностування розвитку
туристичного підприємництва**

Назва етапу	Зміст етапу й основні параметри
1. Вибір об'єкта та предмета дослідження	Суб'єкти туристичного підприємництва регіонів України. Сучасний і ретроспективний розвиток туристичного підприємництва
2. Постановка основних завдань	1. Дослідження змін і відхилень об'єкта діагностування від еталонів і нормативів (зіставлення показників з еталонними значеннями або з показниками кращих регіонів, середніми по країні значеннями, зі значеннями інших регіонів усередині країни та за кордоном). 2. Вивчення структурних зрушень, які впливають на розвиток туристичного підприємництва, ефективність прийняття управлінських рішень, виявлення їхніх причин. 3. Оцінювання ресурсного потенціалу розвитку туристичного підприємництва, ефективності використання їхнього потенціалу. Оцінювання бізнес-середовища як передумови розвитку економічного простору туристичного підприємництва.
3. Визначення інформаційної основи	1. Первинні й офіційні статистичні дані, аналітичні дані, дані соціологічних опитувань. 2. Результати статистичного, економіко-математичного, геоінформаційного аналізів тощо. Оцінювання бізнес-середовища як передумови розвитку економічного простору туристичного підприємництва.
4. Оформлення результатів діагностування, формулювання рекомендацій	1. Заключення: про соціально-економічний стан туристичного підприємництва; про можливі напрями змін основних показників туристичного підприємництва; виявлення проблемних ситуацій у розвитку туристичного підприємництва. 2. Рекомендації: з покращання стану туристичного підприємництва; – з удосконалення інформаційного й інфраструктурного забезпечення туристичного підприємництва; з формування ефективного управління туристичним підприємництвом.

Джерело: сформовано автором

За сучасних кризових умов господарювання для визначення розвитку туристичного підприємництва недостатньо оперувати єдиним показником – через виникнення різновекторних інтересів приватного власника-підприємця, населення й адміністрації регіону. З огляду на це доцільним вважається такий підхід до оцінювання розвитку туристичного підприємництва, як застосування системи показників, у якій би було враховано приватні, суспільні та, насамперед, регіональні інтереси.

Чіткої, регламентованої системи показників, придатних для інтегрального оцінювання розвитку туристичного підприємництва на рівні регіону, на сьогодні не розроблено. Для економічного діагностування туристичного підприємництва регіонів пропонуємо власну систему показників.

Комплекс показників для оцінювання розвитку туристичного підприємництва можна формувати за різними системо утворювальними ознаками. Розглянемо основні з них.

1) за типом суб'єктів оцінювання. До системи оцінювання туристичного підприємництва вважаємо за доцільне ввести показники за суб'єктами туристичної діяльності ФОП (турагентами; суб'єктами, що провадять екскурсійну діяльність), колективними засобами розміщування ФОП (готелями й аналогічними засобами розміщування; спеціалізованими засобами розміщування), суб'єктами сільського зеленого туризму (агросадибами). Зауважимо, що послуги харчування (які надають підприємці у сфері ресторанного господарства), послуги культурно-розважального характеру (включають послуги підприємницьких структур, які можуть функціонувати як казино, клуби, комерційні мистецькі заклади – музеї, концертні та виставкові зали тощо) до туристичного підприємництва не зараховуємо, оскільки значну частину таких послуг можливо надавати не у складі комплексного туристичного продукту, а як цілком самостійну послугу іншого виду економічної діяльності, відмінної від туризму;

2) за напрямками оцінювання. Пропонуємо класифікувати показники туристичного підприємництва на три групи: показники ресурсного потенціалу (кадрового, матеріально-технічного, фінансового, інфраструктурного й ін.); показники ефективності (результативності, продуктивності та дієвості); показники бізнес-середовища (рівня концентрації економічної діяльності) й інфраструктури.

Структурно-логічну схему показників, які може бути введено до системи економічного діагностування розвитку туристичного підприємництва, наведено на рис. 1.

Загалом до такої системи повинні належати показники ресурсного потенціалу й ефективності діяльності туристичного підприємництва на мікро-, мезо- та макрорівні, які відображатимуть загальну макроекономічну концепцію розвитку та регіональну специфіку соціально-економічної ситуації.

Типи суб'єктів оцінювання			
Суб'єкти туристичної діяльності ФОП (турагенти; суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність)		Колективні засоби розміщування ФОП (готелі й аналогічні засоби розміщування, спеціалізовані засоби розміщування)	Суб'єкти сільського зеленого туризму (агросадиби)
Показники ресурсного потенціалу	ПРП 1. – Кількість зайнятих у сфері туристичного підприємництва, осіб. ПРП 2. – Частка зайнятих в туристичному підприємстві від усіх зайнятих у суб'єктах господарювання, %.		
	ПРП 3. – Кількість суб'єктів туристичної діяльності, одиниць. ПРП 3.1. – Кількість турагентів, одиниць. ПРП 3.2. – Кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, одиниць. ПРП 4. – Частка штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, %.	ПРП 5. – Кількість колективних засобів розміщування, одиниць. ПРП 6.1. – Місткість готелів та аналогічних засобів розміщування, місць. ПРП 6.2. – Місткість спеціалізованих засобів розміщування, місць. ПРП 7.1. – Середня місткість готелів та аналогічних засобів розміщування, місць. ПРП 7.2. – Середня місткість спеціалізованих засобів розміщування, місць. ПРП 8. – Номерний фонд готелів та аналогічних засобів розміщування (одиниць). ПРП 9. – Загальна площа колективних засобів розміщування (м ²).	ПРП 10. – Кількість агросадиб, одиниць. ПРП 11. – Місткість агросадиб, місць. ПРП 12. – Середня місткість садиб, місць. ПРП 13. – Площа садиб, м ² .
Показники ефективності та результативності діяльності	ПЕД 1. – Обсяг реалізованої продукції, тис. грн. ПЕД 2. – Продуктивність праці, тис. грн./особу. ПЕД 3. – Рентабельність, %. ПЕД 4. – Питома вага доходів туристичного підприємництва у структурі валового регіонального продукту, %. ПЕД 5. – Частка туристичного підприємництва в експорті туристичного продукту, %. ПЕД 6 – Темп зростання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, кількість ФОП у туризмі на 10 тис. населення, %. ПЕД 7. – Темп зростання частки доходів туристичного підприємництва у структурі валового регіонального продукту, %. ПЕД 8. Темп зростання частки зайнятих у туристичному підприємстві від усіх зайнятих у суб'єктах господарювання, %.		
	ПЕД 9. – Вартість реалізованих турагентами турпутівок (тис. грн.). ПЕД 10.1. – Кількість туристів, обслугованих турагентами (осіб). ПЕД 10.2. – Кількість екскурсантів, обслугованих турагентами (осіб). ПЕД 11.1. – Доходи від надання туристичних послуг туристичних агентств, тис. грн. ПЕД 11.2. – Доходи від надання туристичних послуг суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, тис. грн.	ПЕД 14. – Доходи від надання послуг колективних засобів розміщування (тис. грн.). ПЕД 15. – Витрати колективних засобів розміщування (тис. грн.). ПЕД 16. – Фактичні витрати колективних засобів розміщування на один ліжко-день (людино-день) у середньому за рік (грн.). ПЕД 17. – Обслуговано гостей у колективних засобах розміщування (осіб). ПЕД 18.1. – Коефіцієнт використання місткості готелів та аналогічних засобів розміщування.	ПЕД 19. – Коефіцієнт використання місткості. ПЕД 20. – Кількість розміщених у агросадибах осіб. ПЕД 21. – Доходи від надання послуг агросадиб (тис. грн.). ПЕД 22. – Витрати агросадиб (тис. грн.). ПЕД 23. – Фактичні витрати агросадиб на один ліжко-день (людино-день).

Рис. 1. Структурно-логічна модель показників діагностування розвитку туристичного підприємництва

Джерело: побудовано автором

Показники ефективності та результативності діяльності	ПЕД 12. – Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовують під час виробництва туристичного продукту, тис. грн. ПЕД 13. – Кількість реалізованих турагентами туристичних путівок (одиниць).	ПЕД 18.2. – Коефіцієнт використання місткості спеціалізованих засобів.	ПЕД 23. – Фактичні витрати агросадіб на один ліжко-день (людино-день).
	ПЕД 9. – Вартість реалізованих турагентами турпутівок (тис. грн.). ПЕД 10.1. – Кількість туристів, обслугованих турагентами (осіб). ПЕД 10.2. – Кількість екскурсантів, обслугованих турагентами (осіб). ПЕД 11.1. – Доходи від надання туристичних послуг туристичних агентств, тис. грн. ПЕД 11.2. – Доходи від надання туристичних послуг суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, тис. грн. ПЕД 12. – Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовують під час виробництва туристичного продукту, тис. грн. ПЕД 13. – Кількість реалізованих турагентами туристичних путівок (одиниць).	ПЕД 14. – Доходи від надання послуг колективних засобів розміщування (тис. грн.). ПЕД 15. – Витрати колективних засобів розміщування (тис. грн.). ПЕД 16. – Фактичні витрати колективних засобів розміщування на один ліжко-день (людино-день) у середньому за рік (грн.). ПЕД 17. – Обслуговано гостей у колективних засобах розміщування (осіб). ПЕД 18.1. – Коефіцієнт використання місткості готелів та аналогічних засобів розміщування. ПЕД 18.2. – Коефіцієнт використання місткості спеціалізованих засобів.	ПЕД 19. – Коефіцієнт використання місткості. ПЕД 20. – Кількість розміщених у агросадіб осіб. ПЕД 21. – Доходи від надання послуг агросадіб (тис. грн.). ПЕД 22. – Витрати агросадіб (тис. грн.). ПЕД 23. – Фактичні витрати агросадіб на один ліжко-день (людино-день). ПЕД 23. – Фактичні витрати агросадіб на один ліжко-день (людино-день).
Показники бізнес-середовища й інфраструктури	ПБІ 1. – Показник ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, кількість ФОП у туризмі на 10 тис. населення. ПБІ 2. – Частка суб'єктів туристичного підприємництва в загальній кількості ФОП усіх галузей, %. ПБІ 3. – Частка податків, які надходять до бюджету від сектора туристичного підприємництва в їхній загальній кількості, %. ПБІ 4. – Частка доходу, створена підприємницькими структурами туристичної індустрії в загальному обсязі наданих туристичних послуг, %. ПБІ 5. – Прямі іноземні інвестиції у сферу туризму, тис. грн.		
	ПБІ 6. – Кількість суб'єктів туристичної діяльності у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць.	ПБІ 7.1. – Місткість колективних засобів розміщування у розрахунку на 10 тис. населення, місць. ПБІ 7.2. – Місткість колективних засобів розміщування у розрахунку на 10 тис. населення, місць.	ПБІ 8. – Місткість агросадіб у розрахунку на 10 тис. населення, місць.

Рис. 1. (закінчення)

Застосування для оцінювання макроекономічного розвитку туристичного підприємництва лише традиційних методів видається недостатнім. Перелік останніх необхідно доповнювати новітніми, сучасними інформаційними методами. У виборі методу дослідження розвитку туристичного підприємництва слід керуватися критеріями його доступності й універсальності. Окремі методики вимагають залучення експертів, а провадження процедури вимірювання ефективності за численними критеріями передбачає значні фінансові витрати, що негативно

позначається на їхній доступності до впровадження з іншого боку, занадто деталізовані методики не завжди дають змогу виявити значущі відмінності та показники, які доводять неефективність того чи того механізму, а несформованість або недостатність статистичної бази дослідження нівелюють безпосередню доцільність проведення дослідження за цими методиками.

Більш результативним вважаємо використання такої методики вирішення поставлених завдань, як побудова й аналіз множинної лінійної регресійної моделі. Це допоможе визначити особливості впливу факторів на показники ефективності діяльності фізичних осіб-підприємців у туризмі.

Для побудови регресійної моделі виконано кореляційний аналіз між залежними та незалежними змінними, а відтак – простежено інтенсивність і напрям впливу різних факторів на результуючий показник, а також взаємозв'язок між самими факторами, що уможливило вибір серед них найбільш вагомих та уникнення ефекту мультиколінеарності.

Для аналізу побудовано регресійну багатофакторну параметричну модель, й якій питому вагу доходів туристичного підприємництва у структурі валового регіонального продукту розглянуто як результуючу ознаку, а частку зайнятих у туристичному підприємстві від усіх зайнятих у суб'єктах господарювання та частку суб'єктів туристичного підприємства у загальній кількості ФОП усіх галузей – прийнято за фактори зростання економічної ефективності туристичного підприємства на макрорівні. Для цього розраховано та згруповано вихідні показники.

Означені фактори є також результуючими показниками, залежними від інших факторів, які впливають на залежні змінні і першого, і другого рівнів. Для уникнення мультиколінеарності, а також для оцінювання найбільш вагомих факторів впливу другого порядку побудуємо окремі моделі в дереві залежностей.

Деревоподібну структуру причинно-наслідкових зв'язків між залежними змінними наведена на рис. 2.

Рівняння множинної лінійної регресії першого порядку матиме такий вигляд:

$$Y_{\text{нед4}} = -0,01 + 0,64 \times x_1 + 0,04 \times x_2, \quad (10.1)$$

де $Y_{\text{нед4}}$ – питома вага доходів туристичного підприємництва у структурі валового регіонального продукту, %; X_1 – частка зайнятих у туристичному підприємстві від усіх зайнятих у суб'єктах господарювання, % (ППП 2); X_2 – частка суб'єктів туристичного підприємства в загальній кількості ФОП усіх галузей, % (ПБІ 2).

Шляхом проведеної статистичної перевірки адекватності моделі з'ясовано її прийнятність. Коефіцієнт детермінації $R^2=0,8006$ вказує на високу залежність результуючої ознаки від обраних факторів та адекватність висвітлення представленої тенденції. При цьому F-статистика Фішера доводить, що це рівняння регресії є не випадковим для аналізу в окремих регіонах, адже $F_{\text{кр.}} < F_{\text{факт.}}$

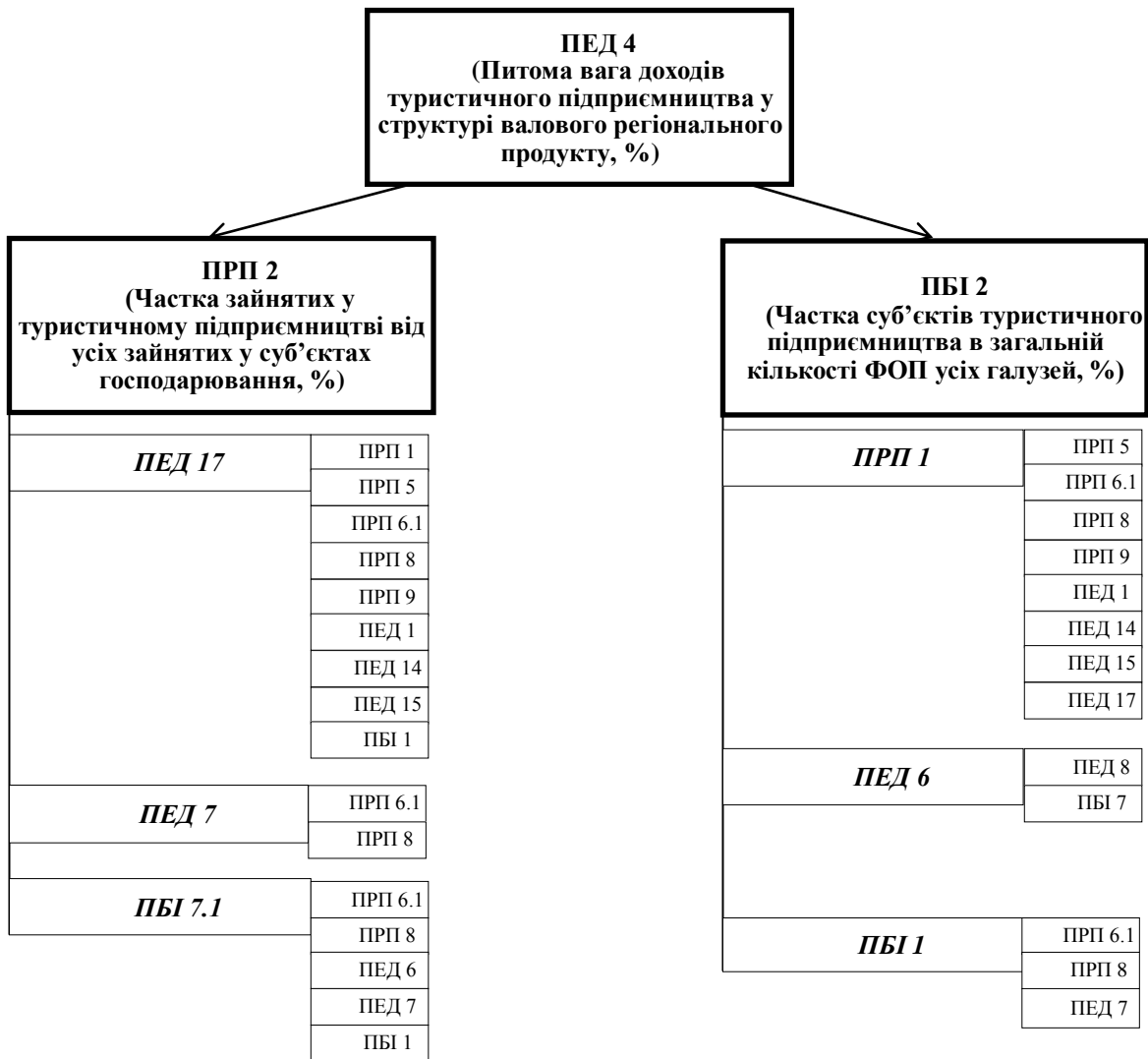


Рис. 2. Деревоподібна структура причинно-наслідкових зв'язків між залежними змінними показників розвитку туристичного підприємництва

Джерело: побудовано автором

Обидва фактори, передбачені у моделі, позитивно впливають на зростання питомої ваги доходів туристичного підприємництва у структурі ВРП. Відтак, і збільшення питомої ваги зайнятого населення в туристичних підприємствах, і зростання чисельності підприємств призводить до підвищення ролі туристичного підприємництва в економіці регіону. Прикметно, що перший фактор відзначається більш відчутним позитивним ефектом.

Рівняння множинної лінійної регресії другого порядку наведено нижче.

$$Y_{ПБІ2} = -0,01 + 0,07x_1 + 0,02 \times 10^{-2} x_2 + 0,15 \times 10^{-2} x_3, \quad (10.2)$$

де $Y_{ПБІ2}$ – частка суб'єктів туристичного підприємництва у загальній кількості ФОП усіх галузей, % (ПБІ 2); X_1 – показник ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, кількість ФОП у туризмі на 10 тис. населення (ПБІ 1); X_2 – кількість зайнятих у сфері туристичного підприємництва, осіб (ПРП 1); X_3 – темп зростання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, % (ПЕД 6).

З економіко-математичної моделі можна зробити висновок, що на зростання питомої ваги суб'єктів туристичного підприємництва в загальній кількості ФОП усіх галузей вказані фактори мають позитивний вплив, проте найбільшою мірою позначається на його зростанні збільшення ділової активності туристичного підприємництва.

$$Y_{\text{ППП2}} = 0,01 + 4,50 \times 10^{-5} x_1 + 0,01 x_2 + 3,71 \times 10^{-7} x_3, \quad (10.3)$$

де $Y_{\text{ППП2}}$ – частка зайнятих у туристичному підприємстві від усіх зайнятих у суб'єктах господарювання, % (ППП 2), X_1 – темп зростання частки доходів туристичного підприємства у структурі валового регіонального продукту, % (ПЕД 7); X_2 – місткість готелів та аналогічних засобів розміщування у розрахунку на 10 тис. населення, місць (ПБІ 7.1); X_3 – обслуговано приїжджих у колективних засобах розміщування, осіб (ПЕД 17).

Результати моделювання дали підстави стверджувати, що на зростання зайнятості у сфері туристичного підприємництва позитивний вплив чинить збільшення темпів зростання доходів туристичного підприємства у структурі ВРП, а також фактором зростання зайнятості є нарощування ресурсного потенціалу закладів готельної сфери та зростаючий попит на послуги колективних засобів розміщування.

Отже, різноманітність виявів туристичного підприємництва та показників його оцінювання зумовлює необхідність узагальнення критеріїв та відповідно – побудови інтегральних оцінок.

Незважаючи на інтерес до розвитку туристичного підприємництва як сфери практичної діяльності й об'єкта наукових досліджень, у науковій літературі практично немає досліджень, пов'язаних із побудовою інтегральних оцінок як інструменту антикризового регулювання економічної безпеки.

Показовим прикладом застосування означеного методу дослідження є практика Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва проведення щорічного комплексного порівняльного оцінювання регіонів (рейтингу) за станом розвитку малого підприємництва, його підтримки на місцевому рівні.

Для багатофакторного порівняння за вищезгаданою методикою розроблено модель розрахунку інтегрованого бала на основі абсолютних і відносних показників, сформованих за ознаками в три групи: I група – статистичні показники; II група – критерії оцінювання діяльності місцевих органів влади та самоврядування, спрямованої на підтримку малого бізнесу; III група – показники розвитку стану розвитку інфраструктури підтримки підприємництва та громадської підтримки [3].

2. Оцінювання регіонів за інтегральним показником розвитку туристичного підприємництва

Для проведення оцінювання регіонів за інтегральним показником розвитку туристичного підприємництва пропонуємо дотримуватися такого алгоритму.

1. Установлення мети оцінювання.

2. Визначення переліку параметрів, що входитимуть до інтегрального показника, врахування яких уможливить досягнення поставлених цілей.
3. Розроблення порядку обчислення інтегрального показника.
4. Порівняння отриманих результатів за розробленою оціночною шкалою та проведення типології регіонів за інтегральним показником.

Загалом інтегральні оцінки виступають орієнтирами для суб'єктів туристичного підприємництва – у виборі ринкової ніші та формуванні бізнес-портфеля за регіонами України; для органів державного управління – в оцінюванні ефективності регіональної політики розвитку туристичного підприємництва й обґрунтуванні шляхів її вдосконалення.

Для побудови інтегрального показника розвитку туристичного підприємництва в регіонах України було вирішено оперувати всіма внесеними до структурно-логічної моделі параметрами, а визначити три найважливіші – по одному пріоритетному показникові за кожним із трьох напрямів оцінювання.

На сучасному етапі найбільш значущим соціальним ефектом функціонування туристичного підприємництва у всіх регіонах є вплив на сферу зайнятості. Тому в інтегральний показник ефективності розвитку туристичного підприємництва на регіональному рівні варто ввести показник питомої ваги зайнятих у туристичному підприємстві щодо всіх зайнятих суб'єктів господарювання регіону. Зростання цього показника, яке ставить собі за мету держава, підтримуючи підприємництво в туризмі, до певної міри можна вважати ключовим соціальним результатом державної підтримки туристичного підприємництва. Втім, ми усвідомлюємо, що такий спрощений підхід не дає змоги відобразити всю сукупність можливих ефектів.

Одним із основних показників економічного розвитку регіону – це обсяг валового регіонального продукту. Зростання цього показника відповідає економічним інтересам і регіону, й усього суспільства, тому що забезпечує збільшення валового внутрішнього продукту країни. Із досвіду високорозвинених країн відомо, що підприємництво відіграє важливу роль у створенні умов для соціально зорієнтованої ринкової економіки та припускає необхідний баланс між економічною ефективністю та вирішенням соціальних проблем. Проте підприємству притаманний потенціал щодо виконання соціально значущої ролі лише у разі створення таких обсягів доходів, які відчутно позначаються на показниках соціально-економічного розвитку регіону. Тому завданням держави повинно бути надання підтримки формуванню сталого розвитку підприємництва, зокрема в туризмі, для підвищення його самоорганізації й зрілості. Інформативним показником активності туристичного підприємництва та його позитивного внеску у розвиток регіону є значна питома вага доходів від туристичного підприємництва у структурі валового регіонального продукту.

Туристичне підприємництво забезпечує достатній рівень мобільності в умовах ринку, без яких неможливе досягнення високої ефективності. Підприємці здатні гнучко реагувати на зміни споживчого попиту та мають порівняно швидку окупність капіталовкладень, створюють і підтримують на

ринку атмосферу конкуренції та відповідне бізнес-середовище, без яких ринкова економіка не функціонуватиме. Тому третім важливим показником, який пропонуємо передбачити в інтегральному оцінюванні, є показник ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва (кількість ФОП на 10 тис. населення).

З огляду на висловлені міркування регіональний розвиток туристичного підприємництва з економічної точки зору можна оцінити за допомогою інтегрування трьох показників: питомої ваги доходів фізичних осіб-підприємців у структурі валового регіонального продукту; питомої ваги персоналу підприємницьких структур туризму в зайнятому населенні; показника ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва (кількості туристичних ФОП на 10 тис. населення).

Інтегрування показників пропонуємо провести за такою формулою:

$$I_t = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{x_{ij} - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}}}{n}, \quad (10.4)$$

де I_t – інтегральний показник розвитку туристичного підприємництва в регіоні; x_{ij} – значення i -го показника j -го регіону (i – від 1 до n); x_{\max} , x_{\min} – максимальне та мінімальне значення показників, n – кількість показників.

Для характеристики рівня розвитку туристичного підприємництва рекомендуємо використовувати таку оцінювальну шкалу:

$0 \leq I < 0,4$ – низький рівень розвитку туристичного підприємництва;

$0,4 \leq I < 0,75$ – середній рівень розвитку туристичного підприємництва;

$0,75 \leq I \leq 1$ – високий рівень розвитку туристичного підприємництва.

Згідно із запропонованими методичними підходами до оцінювання інтегрального рівня розвитку туристичного підприємництва зробимо висновки:

– запропонована методика уможливорює визначення інтегрального показника розвитку туристичного підприємництва кожного регіону, а відтак – виконання міжрегіональних порівнянь та оцінювання загалом по країні;

– методика охоплює три складники, що визначають активність туристичного підприємництва (ресурсний потенціал, ефективність туристичного підприємництва, властивості бізнес-середовища й інфраструктури).

У площині економічних досліджень видається досить результативним використання багатовимірних статистичних методів, які серед безлічі можливих імовірнісних статистичних моделей дають змогу обґрунтовано вибрати ту, котра найкращим чином відповідає початковим статистичним даним, що характеризують реальну поведінку досліджуваної сукупності об'єктів, оцінити надійність і точність висновків, зроблених на підставі обмеженого статистичного матеріалу. У використанні спектра багатовимірних статистичних методів одним із поширених є кластерний аналіз. Методами кластерного аналізу доцільно оперувати для групування за кількісною схожістю. Метод кластерного аналізу – це багатовимірна

статистична процедура, котра полягає в зборі даних щодо інформації про вибірку об'єктів і впорядкуванні об'єктів у порівняно однорідні групи [7, с. 141]. Основна мета аналізу – виділити в початкових багатовимірних даних такі однорідні підмножини, щоб об'єкти всередині груп були схожі в певному значенні один на одного, а об'єкти з різних груп – не схожі. Схожістю називають близькість об'єктів у багатовимірному просторі ознак [8, с. 10].

Оскільки економічні явища та процеси, об'єкти та суб'єкти економічних відносин відзначаються певною невизначеністю, стохастичністю, складністю зв'язків та управління, розмаїтістю, конфліктністю, то кластерний аналіз є найбільш прийнятним для дослідження економічних систем і процесів, зокрема й суб'єктів туристичного підприємництва України.

У кластерному аналізі використовують політетичний принцип утворення груп – усі ознаки одночасно беруть участь у групуванні. При цьому, як правило, не зазначені чіткі межі кожної групи, а також невідомо заздалегідь, скільки груп доцільно виділити в досліджуваній сукупності [9].

Під час кластерного аналізу об'єктів першочерговим завданням є встановлення мети кластеризації, від якої буде залежати характер та результати подальших досліджень. Незважаючи на відмінності в цілях, типах даних і застосовуваних методах, усі дослідження, що використовують кластерний аналіз, характеризуються п'ятьма основними етапами [7, с. 145–146]: відбір вибірки для кластеризації; визначення множини ознак, за якими буде оцінено об'єкти вибірки; обчислення значень тієї або тієї міри схожості між об'єктами; застосування методу кластерного аналізу для створення груп схожих об'єктів; перевірка достовірності результатів кластерного рішення.

Мета кластеризації регіонів за показниками туристичного підприємництва України – це подальше детальне дослідження рівня розвитку туристичного підприємництва в окремих регіонах, а також виявлення зв'язку між ресурсною базою, масштабами й ефективністю діяльності, ділової активності та результативністю їхньої господарської діяльності. Тому в межах нашого дослідження було сформовано вибірку макроекономічних показників розвитку туристичного підприємництва.

Під час проведення кластеризації однією із необхідних умов вирівнювання вимірності показників є проведення їхнього нормування [7, с. 18] за формулою:

$$\tilde{x}_i^{(k)} = \frac{x_i^{(k)} - \bar{x}_i^{(k)}}{\delta_{x_i}}, \quad (10.5)$$

де $\tilde{x}_i^{(k)}$ – нормоване значення k-го показника класифікації по i-й області;

$x_i^{(k)}$ – значення k-го показника класифікації по i-й області;

$\bar{x}_i^{(k)}$ – середнє значення k-го показника класифікації по i-й областях;

δ_{x_i} – середнє квадратичне відхилення k-го показника класифікації.

Відносну міру подібностей областей за рівнем розвитку туристичного підприємництва відображає евклідова відстань:

$$d_{ij} = d(x_i, x_j) = \sqrt{\sum_{k=1}^n (x_i^{(k)} - x_j^{(k)})^2}, \quad (10.6)$$

де d_{ij} – евклідова відстань, що характеризує відстань між областями i та j в метричному просторі показників $x^{(k)}$; $x_i^{(k)}$ – показник по області i , що належить до визначеної множини k показників; $x_j^{(k)}$ – показник по області j , що належить до визначеної множини k показників.

Кластеризацію областей України виконано за допомогою методу Варда з використанням міри відповідності евклідової відстані на основі нормалізованих середніх значень показників. Сутність методу Варда полягає у мінімізації внутрішньої групової дисперсії кластерів. За методом Варда в кластер об'єднують ті області, внутрішньо групові дисперсії яких мають мінімальні прирости. Цільова функція кластеризації є внутрішньо груповою сумою квадратів відхилень [10, с. 174].

$$S_{klass_{\min}} = x_i^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2, \quad (10.7)$$

де $S_{klass_{\min}}$ – внутрішньогрупова дисперсія кластерів;

x_i – значення показника i -ої області із сукупної множини n .

Поетапну кластеризацію областей України було проведено за показниками трьох груп: 1) показники ресурсного потенціалу туристичного підприємництва; 2) показники ефективності та результативності діяльності туристичного підприємництва; 3) показники бізнес-середовища й інфраструктури туристичного підприємництва. На завершальному етапі діагностування розвитку туристичного підприємництва результати кластерних аналізів за вказаними групами показників інтегровано в межах однієї моделі.

Висновок. Наведене групування дає змогу укласти перелік спільних проблем із формування регіональних аспектів розвитку туристичного підприємництва, що уможлиблює розроблення подальших загально-державних стратегій щодо забезпечення належних умов підприємницької діяльності.

За результатами проведеного діагностування макроекономічного розвитку туристичного підприємництва можна зробити висновки про соціально-економічний стан туристичного підприємництва та виявити проблемні ситуації.

Таким чином, результати запропонованої структурно-логічної моделі діагностування аспектів розвитку туристичного підприємництва, можуть слугувати критеріями ефективності державної антикризової політики та виступати підґрунтям для підвищення економічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Селюченко Н.Є. Економічна безпека підприємства як результат реалізації антикризових заходів / Н.Є. Селюченко, В.М. Климаш // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2012. № 749. С. 260–265. Бібліогр.: 10 назв. укр.
2. Бабіна Н.О. Антикризовий фінансовий контролінг як фактор забезпечення економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / Н.О. Бабіна // Ефективна економіка. 2014. № 5. URL <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=3018м> доступу:
3. Про Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму України [Електронний ресурс] // Указ Президента України 31 травня 2000 року № 740/2000. 2000. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
4. Статистичний щорічник України за 2014 р. / за ред. О.Г. Остапчука; Державна служба статистики України. К.: ТОВ «Август Трейд», 2015. 586 с.
5. Туристична діяльність в Україні у 2013 році / [Статистичний бюлетень] / К. : Державна служба статистики України, 2014. 272 с.
6. Туристична діяльність в Україні у 2014 році / [Статистичний бюлетень] / К. : Державна служба статистики України, 2015. 76 с.
7. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / [Дж. -О. Ким, Ч.У. Мьюллер, У.Р. Клекка и др.]. М. : Финансы и статистика, 1989. 215 с.
8. Мандель И.Д. Кластерный анализ / И.Д. Мандель. М. : Финансы и статистика, 1988. 176 с.
9. Пістунов І.М. Кластерний аналіз в економіці: Навч. посібник / І. М. Пістунов, О.П. Антонюк, І.Ю. Турчанінова. Дніпропетровськ : Нац. гірн. ун-т, 2008. 84 с.
10. Ткачова А.В. Кластерний аналіз металургійних підприємств на основі виробничих, фінансово-економічних та логістичних показників діяльності [Електронний ресурс] / А.В. Ткачова // Вісник Запорізького нац. ун-ту, 2012. № 1(13). URL: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/eco-1-2012/037-44.pdf>
11. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18–22. ст. 144.
12. Трусова Т.С. Макроекономічний аналіз туроператорської та турагентської діяльності в Україні / Т.С. Трусова, О.М. Мельник, А. С. Романів // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестицій. Збірник наукових праць: Випуск XXI, № 2. Київ, СЕУ / Рівне, НУВГП. 2015. С. 69–79.
13. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: Підручник / Н.Є. Кудла. К. : Знання, 2012. 343 с.

Голіцин А.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОЕКТАМИ ЯК СТРАТЕГІЧНА НЕОБХІДНІСТЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Анотація

У статті визначено місце маркетингових проектів у сукупності наявних, надано їх авторське тлумачення. Здійснено класифікацію маркетингових проектів, окреслені їхні ключові завдання. Охарактеризовано та узагальнено з різних джерел етапи реалізації маркетингового проекту та маркетингової стратегії в digital-середовищі. Визначено інструменти digital-маркетингу, що використовуються в маркетингових проектах. Розкрито зміст процесів окремих активностей, наприклад, розроблення УТП, дослідження конкурентів в цифрових каналах. Надано визначення поняттям Consumer Decision Journey, Mind map проекту, бренд-платформа, Customer Brand Relationship model, інсайт. Окреслені методи аналізу відгуків, показники бренд-аудиту, наведено приклад каналів взаємодії покупця з носіями інформації щодо прийняття рішення про купівлю (мультиканальна карта контактів). Метою та результатом дослідження стало узагальнення методичних аспектів стосовно реалізації процесу здійснення маркетингових проектів та маркетингової стратегії в digital середовищі в сучасних реаліях цифровізації бізнесу.

Вступ. Нині одним із найпрогресивніших підходів до ведення бізнесу є управління проектами. Для успішної реалізації проектів фахівцям необхідно добре знати ризики і специфіку своєї галузі, а також визначити головну стратегічну силу, яка допоможе досягти практичного успіху. В основі поняття про управління проектами лежить термін «проект». За методологією PMBoK (Project Management Body of Knowledge) проект – це тимчасова діяльність, результатом якої є створення унікального продукту або послуги [1]. За такого підходу термін «проект» пов'язується з відносно короткостроковими цілями. Ця діяльність має початок і кінець. Коли вона закінчена, робоча група розформовується або починає займатися новими проектами. Ефективна реалізація проектів – це не менш важливий чинник досягнення успіху, ніж планування. Перевитрата бюджету, порушення термінів реалізації проекту або незадовільний результат роботи проектною командою неприпустимі.

Метою дослідження є визначення маркетингового проекту, його місця серед інших проектів в діяльності підприємства, дослідження особливостей маркетингових проектів в digital, їх структури та процесу реалізації digital-

стратегії. Питання стосовно управління проектами розглядались великою кількістю, науковців, фахівців-практиків, серед яких можна виділити українських учених Л.П. Батенко, А.В. Верба, О. М. Гребешкова, О.О. Кизенко, Н. Петренко, Л. Кустрич, М. Гоменюк, Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик та інших.

В Україні маркетингова проектна діяльність ще не набула достатніх теоретичних обґрунтувань і необхідного методичного забезпечення. Питання, що торкаються цієї проблеми, лише частково висвітлювались такими українськими фахівцями, як Н.В. Шевченко, М. В. Давиденко, зарубіжними авторами В. Cova, R. Salle, D Chaffey, F Ellis-Chadwick, А.Ю. Коньшуновою, А.В. Чесноковою та ін. Відсутність єдиного погляду на маркетингові проекти як окремої категорії і різноманіття авторського бачення на класифікаційні аспекти актуалізує завдання даного дослідження. У роботі поставили завдання визначення класифікаційних аспектів маркетингових проектів, процесу створення та розробки маркетингового digital проекту та методичні аспекти його реалізації. Слід зазначити, що управління конкретним маркетинговим проектом реалізується в межах загальної маркетингової стратегії і є її органічною складовою частиною. Диджиталізація маркетингових процесів суттєво змінює вектори прикладання маркетингових зусиль і трансформує їхні робочі інструменти. Тому перехід підприємств до імплементації маркетингових digital проектів, а, відповідно, й до розроблення digital-стратегії формує нову потребу щодо їх формалізації.

1. Класифікаційні аспекти визначення маркетингових проектів

У сучасному розумінні проекти – це нова діяльність, яка створює додану вартість для бенефіціару проекту та цінність для суспільства взагалі. Це може бути будівництво об'єктів, надання консалтингових послуг, реінжиніринг бізнес-процесів, створення нового бізнесу, розроблення нового товару чи навіть напрям розвитку країни. Деякі галузі стратегічного значення, такі як оборонна, фармацевтична, авіаційна та ін., створюють надскладні проекти, тому їхня сукупність здійснюється у складі програм як сукупності проектів.

Сьогодні є численна кількість визначень терміна «проект». У загальному вигляді проект (від латинського «кинутий вперед»), має декілька значень в короткому словнику іноземних слів:

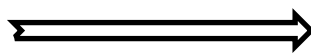
1. Схема технологічного процесу, розроблений план побудови.
2. Попередній текст документу (проект закону, проект програми тощо).
3. План або задум [2].

З погляду системного підходу проект розглядається як процес переходу з початкового стану в кінцевий – результат за участі низки обмежень і механізмів (рис. 1).

Наведемо найбільш авторитетні визначення терміну «проект» (табл. 1).

Обмеження: фінансові, матеріально-технічні, нормативно-правові, етичні, часові, за рівнем якості

Вхід потреби



Вихід задоволеної потреби

Забезпечення: команда, методологія, знання і досвід, інструменти та техніка, технологія

Рис. 1. Проект як процес переходу системи з початкового стану у кінцевий

Таблиця 1

Визначення терміна «проект»

1	Project Management Institute (PMBOK Guide)	Тимчасова діяльність, результатом якої є створення унікального продукту або послуги [3]
2	Світовий банк, «Оперативне керівництво» № 2.20	Комплекс взаємозв'язаних заходів, призначених для досягнення, впродовж заданого періоду часу і при встановленому бюджеті, поставлених завдань із чітко визначеними цілями [4]
3	Євразійський стандарт управління проектами	Обмежена за часом цілеспрямована зміна окремої системи зі встановленими вимогами до якості результатів, можливими обмеженнями щодо витрат коштів та ресурсів і специфічною організацією [5].
4	Deutsches Institut für Normung Стандарт DIN 69901	підприємство (намір), яке в значному ступені характеризується неповторністю умов та інших обмежень; розмежування від інших намірів; специфічна для проекту організація його реалізації [6]
5	BSI group, Великобританія	BS 6079-1:2010 Project management. Principles and guidelines for the management of projects

До того ж проекти:

1) спрямовані на досягнення конкретних цілей. Проте в деяких проектах цілі і вимоги до результатів можуть уточнюватися в процесі виконання проекту;

2) ступінь унікальності може значно відрізнятися від одного проекту до іншого. Унікальність може бути пов'язана як з кінцевою метою проекту, так і з умовами їх досягнення;

3) як правило, проекти припускають необхідність координованого виконання взаємозв'язаних дій декількома виконавцями;

4) проект припускає створення тимчасової організаційної структури для досягнення поставленої мети;

5) великий проект може складатися з декількох проектів [6].

Здійснюючи аналіз підходів до класифікації проектів, можна побачити, що багато науковців взагалі не виділяють категорію «маркетинговий проект», а ті що виділяють, не виокремлюють її специфічності.

Так, науковці ВШЕ виділяють маркетингові проекти за напрямом діяльності, поруч з ІТ, будівельними, проектами зі злиття та поглинання тощо [7]. Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик класифікують маркетингові проекти за функціональним спрямуванням поруч із виробничими, технологічними, фінансовими, дослідження і розвитку, управління персоналу та комбінованими [4].

Аналіз найбільш поширених підходів до класифікації проектів свідчить про те, що маркетингові проекти як окремий вид проектів виділяють далеко не всі дослідники. У тих дослідників, які визнають маркетингові проекти як окремий вид, відсутнє єдине бачення класифікаційних ознак. Автори не надають характеристики та не розкривають зміст маркетингових проектів. Найбільш вдала, на наш погляд, класифікація запропонована Е.С. Вечкановою та Е.В. Носковою (табл. 2) [8]. Проте й у цій класифікації чітко не визначені види маркетингових проектів. Отже, ми визначаємо маркетинговий проект як проектну діяльність підприємства в сфері маркетингу, завдяки якій здійснюється просування продукції, ідей, послуг, брендів та ін. за допомогою системи маркетингових інструментів і в межах маркетингових функцій, яка має чітко визначені терміни, бюджет, команду, керівництво, форму реалізації та контролю. Так, пропонуємо наступну класифікацію маркетингових проектів (рис. 2).

Таблиця 2

Класифікація маркетингових проектів (за Вічкановою та Носковою) [8]

Функції маркетингу	Напрями					
Маркетингові дослідження	Побудова МІС		Організація і проведення ринкових досліджень		Організація і проведення внутрішніх досліджень	
Розробка заходів цільового маркетингу	Сегментування ринку	Вибір цільового сегменту	Вибір стратегії охоплення ринку		Розробка програми функціонування	
Управління товаром	Вибір типу товарної політики	Прогнозування ЖЦТ	Аналіз продуктового портфеля компанії		Управління периферією продукту	
Управління ціною	Вибір типу стратегії ціноутворення			Вибір типу знижок		
Управління просуван-ням	Вибір інструментів просування	Реклама	Розробка заходів PR	Розробка програми стимулювання збуту	Реалізація сценарію персональних продаж	Реалізація заходів прямого маркетингу
Управління розподілом	Вибір довжини каналу розподілу		Вибір стратегії розподілу		Вибір типу посередників	
Управління маркетингом	Розробка стратегії маркетингу		Розроблення маркетингової програми		Аналіз, аудит та контроль маркетингу	

Для того щоб ефективно реалізувати маркетинговий проект дуже важливо, підприємство має сприймати його як стратегічне завдання, а не тактичне. Тому проекти мають виконуватись, спираючись на стратегічні цілі підприємства, а топ-менеджмент повинен звертати увагу на деталі проектів і дисципліну їхніх керівників. Також необхідно відмітити, що управління маркетинговими проектами не обов'язково повинно розглядатися на рівні стратегії, оскільки далеко не кожне підприємство будує роботу своєї служби маркетингу на проектному управлінні. Проте в більшості випадків воно має стратегічну спрямованість реалізації.

Сьогодні все більше компаній доволі чітко поділяють маркетингові проекти, які здійснюються за допомогою інструментів цифрових технологій і класичних маркетингових інструментів. Відбувається здійснення маркетингової активності за допомогою цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, тобто цифрового маркетингу. Тому наголос на питаннях специфічності реалізації в цих умовах маркетингових проектів та їх методичного забезпечення набувають величезного значення і актуальності.

М. Окландер виділяє такі основні інструменти цифрового маркетингу:

- контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct;
- технологія Big Data – масиви даних великих обсягів;
- ретаргетінг (англ. retargeting) перенацілювання;
- мобільний маркетинг;
- вірусний маркетинг.
- RTB (англ. real time bidding) – торги в реальному часі;
- SMM (англ. social media marketing) – соціальний медіа маркетинг (соцмережі, блоги- сайти, блогферми);
- SMO (англ. social media optimization) – оптимізація для соціальних мереж;
- SEO (англ. search engines optimization) – оптимізація сайту у пошукових системах;
- SEM (англ. search engine marketing) – пошуковий маркетинг [9].

Також додамо й інші:

- веб-сайт: дизайн, контент, юзабіліті;
- до інтернет-маркетингу окрім SEO, SEM, SMM, можна додати: SERM, контент-маркетинг, партнерські програми;
- пряма інтернет-реклама: контекстна, банерна, тізерна, таргетована;
- Email-маркетинг: розсилки та підписки;
- Mobile: мобільні версії сайтів, додатки, мобільна реклама [10].

Технології цифрового маркетингу змінюються досить інтенсивно з високим ступенем невизначеності. Саме в цифровому середовищі відбуваються швидкі зміни та експоненціальний ріст. Практично щоденно з'являються нові сервіси, методи, які можуть докорінно змінити принципи роботи компанії і тому, звичайно, ті методи, які використовуються у традиційному маркетингу тут не працюють. Тому маркетингові проекти в digital мають коротший термін, а digital-стратегія змінюється під впливом зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.



Рис. 2. Класифікація маркетингових проектів

Джерело: удосконалено автором на основі матеріалів [4; 7; 8; 23]

Отже, digital-стратегія націлена на зростання компанії і подолання стратегічних та операційних розривів. Можна виділити ключові завдання digital-стратегії маркетингового проекту:

1) встановлювати контакти з потенційними споживачами, залучати їхню увагу та зацікавленість до бренда;

2) вивчати цільову аудиторію (Target Audience) та визначати моделі поведінки (типологію споживачів);

3) виявляти активність та протистояти конкурентам;

4) створювати нові перспективи ведення бізнесу та апробувати нові інструменти цифрового середовища;

5) планувати і здійснювати організацію процесів, людей, інфраструктури, з метою поліпшити взаємодію між клієнтом і компанією (сервісом), людиною і процесом (Service Design);

6) розуміти та реагувати на нову реальність бренду – Big data, спільноти, «мобільний» стиль життя тощо.

Digital-стратегія нерозривно пов'язана із розробленням маркетингового проекту.

2. Процес створення та розроблення маркетингового digital проекту

Наведемо основні етапи процесу реалізації маркетингових проектів, застосовуючи digital-інструменти. Їх можна представити як етапи розроблення маркетингового digital-проекту (рис. 3). Digital-стратегія – це стратегічний план, який створений для досягнення специфічних цілей підприємства, використовуючи інструменти цифрового маркетингу [22].

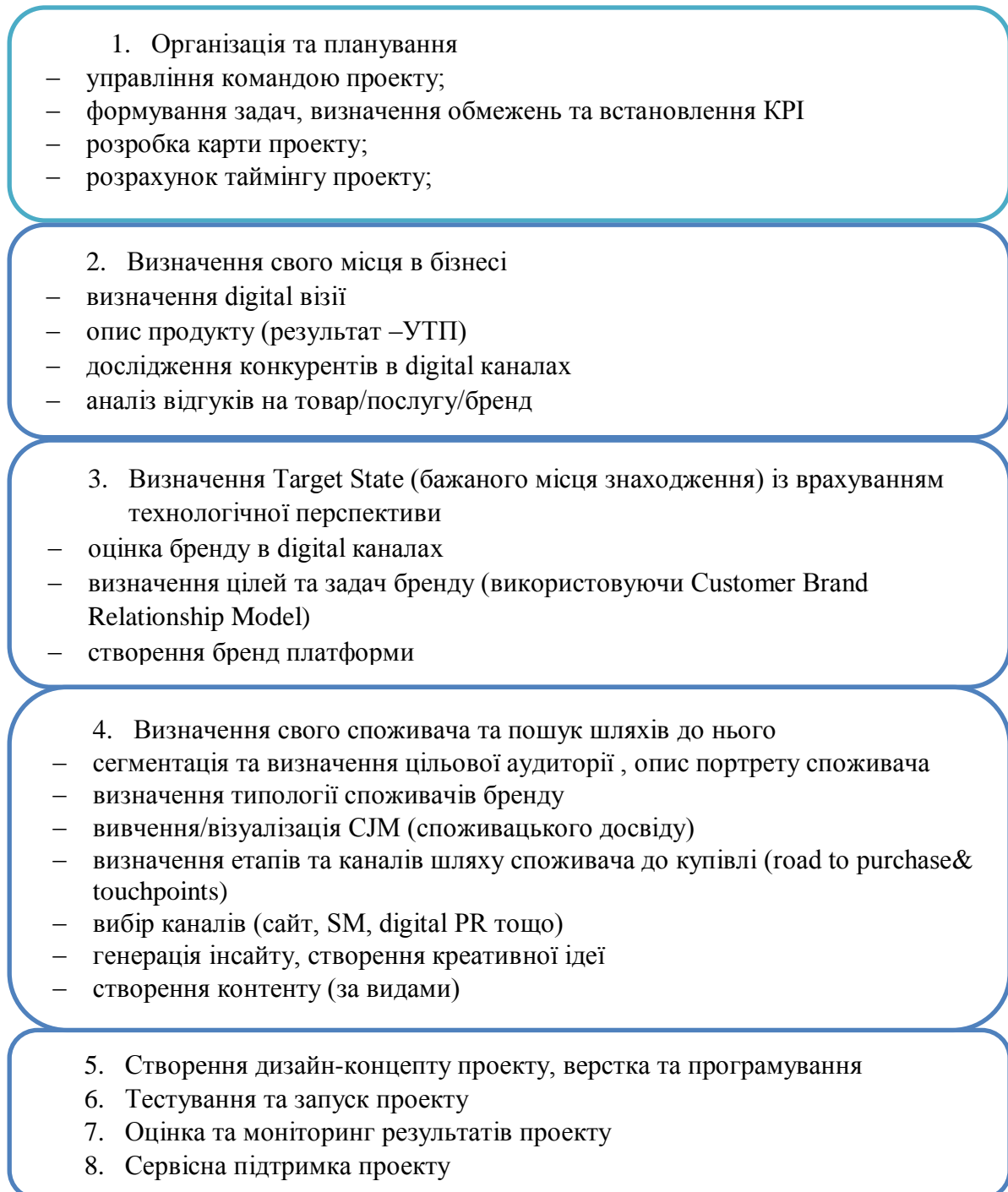


Рис. 3. Етапи розроблення digital-стратегії та маркетингового проекту

Джерело: розробка автора

На першому етапі реалізація проекту передбачає наявність команди. Для digital проектів це може бути команда з керівника проекту/розробника стратегії, аккаунт-менеджера, менеджера проекту, дизайнера/програміста. Аккаунт-менеджер – це своєрідний посередник між замовником та командою проекту, він проводить зустрічі, конференції з клієнтами, слідкує за технологією виробничих процесів. Менеджер проекту забезпечує відтворення систему управління проектом, здійснює організацію його виконання. Дизайнер/програміст виконує технічну роботу з оформлення проекту.

Команда має володіти процесними та поведінковими компетенціями на високому рівні. Процесні компетенції пов'язані переважно з професійними знаннями та навичками, поведінкові – з особистими якостями, мотивацією, моделями поведінки.

Далі здійснюється постановка завдань, визначення обмежень та встановлення KPI проекту. Для різних проектів (наприклад, збільшити конверсію у 10 разів, залучивши 10000 нових споживачів на конкретну дату) існують різні цілі і вони кастомізовані. Обмеження можуть бути за специфікою ринку (наприклад, щодо просування лікарських засобів), за віком (алкоголь, тютюн) тощо.

Важливою частиною управління проектами є таймінг проекту. Він може бути представлений у вигляді діаграми Ганта (рис. 4).

Дата	08.08.18	09.08.18	10.08.18	11.08.18	12.08.18	13.08.18	14.08.18	15.08.18	16.08.18	17.08.18	18.08.18	19.08.18
Контрольні точки проекту				Кт1		Кт2		Кт3		Кт4		Кт5
Підготовчий етап												
Розробка прототипів додатку												
Затвердження прототипів												
Розробка дизайну												
Розробка дизайн-концепції додатку												
Розробка дизайну всіх сторінок додатку												
Затвердження дизайну												
Підготовка текстів для додатку												
Затвердження текстів для додатку												
Верстка та програмування проекту												
Верстка сторінок проекту												
Програмування додатку												
Тестування та доопрацювання												
Контрольні точки проекту												
Кт1: затвердження прототипів												
Кт2: затвердження текстів для додатку												
Кт3: затвердження дизайну												
Кт4: старт тестування та доопрацювання додатку												
Кт5: завершення всіх робіт												

Рис. 4. Приклад діаграми Ганта маркетингового проекту

На стадії оцінки проект максимально деталізують поділяють на блоки, фіксують контрольні точки проекту для більш ефективного узгодження термінів із замовником (якщо маркетинговий проект на замовлення).

Разом з цим використовують mind map (план-карту) проекту (рис. 5).

План-карта проекту – це формат, що дозволяє в стислому виді представити найбільш важливу інформацію за проектом. Компоненти план-карти можуть змінюватися, залежно від типу проекту. Використання план-карти дозволяє побачити та утримувати в голові цілісну картину проекту.



Рис. 5. Приклад mind map (план-карти проекту)

Джерело: [21]

На другому етапі здійснюється визначення бізнесу компанії, поточної ситуації на ринку, аналізуються чинники бізнес-довкілля, визначається УТП. Зараз як ніколи раніше споживач стає у центрі уваги будь-якого бізнесу, завдяки диджиталізації. Джерелами відслідковування технологічних тренд можуть стати новини та дайджести, дослідження та наукові статті, технологічні огляди та події дослідницьких компаній, сервіс Google Trends.

Визначення digital візії – це бачення того, яким має бути ідеальний образ проекту, відтворений в концентрованій формі.

Унікальна торгова пропозиція (УТП) – це кращий спосіб донести інформацію про продукт до потенційного клієнта, дозволяє перетворити звичайний товар в «унікальний». Завдяки УТП, продукт позиціонується як особливий та єдиний. Він здатний вирішити проблему та задовольнити потребу клієнта. Але створити унікальну торгову пропозицію дуже складно, якщо тільки не пропонується ринку інноваційний товар або послуга. Виключення є застосування концепції «блакитного океану». Зазвичай ключові ніші в будь-якому сегменті зайняті конкурентами, проте товар у якого є УТП, виграє в порівнянні з товаром без нього.

Етапами розроблення УТП можуть бути:

1) аналіз продукту. Проведення аналітичної роботи, яка описує продукт/послугу, його упаковку/представлення, SWOT-аналіз;

2) аналіз ринку. Комплексне дослідження ринку (структура, стан і тенденції);

3) аналіз цільової аудиторії (ТА).

4) аналіз конкурентів (пропозиції конкурентів на ринку, наявність УТП, рекламна активність, щоб визначити, які якості продукту вже описані в рекламі, а які залишилися поза увагою конкурентів);

5) внутрішній аудит компанії/бренду (вивчимо позитивні та негативні сторони, характеристика бренду).

6) формування переліку основних переваг товару/послуги;

7) створення УТП [11].

Дослідження конкурентів в digital – каналах базується на таких основних етапах [12] :

- аналізуються якісні результати кожного конкурента в різних джерелах трафіку;

- виділяються якісні та кількісні характеристики, що дозволити сайтам або іншим каналам досягти отриманих результатів;

- проводиться маркетингова активність конкурентів в digital;

- за тими ж характеристиками, притаманними для кожного джерела, аналізується сайт/інші канали замовника;

- на основі порівняння формулюються дії, які дозволяють обійти конкурентів за всіма джерелами трафіку.

Це дозволяє фактично проаналізувати стратегію конкурентів, приблизний розмір маркетингового бюджету на digital, виявити слабкі місця використаних конкурентами онлайн інструментів, виокремити невикористані інструменти як джерела конкурентних переваг [12].

Аналіз відгуків на товари/послуги компанії є важливою складовою частиною процесу реалізації digital стратегії маркетингового проекту. Кожен відгук про товар складається з кількох атрибутів:

- товар, про який залишено відгук;

- рейтингова оцінка (задається клієнтом та приймає значення від 1 до 5);

- текст відгуку (довільний текст);

- корисність відгуку (кількість людей, які відмітили відгук як корисний) [13].

Методи, які використовуються для аналізу відгуків :

- кількісні/якісні безпосередньо дослідником проекту (вручну);

- методи обробки природної мови на основі векторизації текстів відгуків за допомогою загальновідомого алгоритму TF-IDF [13];

- технології Data Mining та ін.

На третьому етапі визначаємо наше місце знаходження, де ми бажаємо опинитись (Target State), із врахуванням технологічної перспективи. Тут уже здійснюється оцінка бренду, визначаються цілі та завдання бренда, будується Customer Brand Relationship Model, створюється бренд-платформа. Бренд-платформа – це ключові принципи роботи з брендом,

вектор його розвитку. Створення бренд-платформи максимально цілісно описує унікальність компанії/продукту на ринку та у споживацькому середовищі. На її основі будується брендинг [14]. Для якісного дослідження оцінки того, що відбувається з брендом доцільно використовувати методологію «B25» компанії BrandStrategy. Вона є об'єктивним аналізом та повним дослідженням усіх аспектів бренду і включає в себе такі KPI [15]:

1. Переключення бренду (brand switching) – перенесення уподобань споживача з одного бренду на інший конкурентний бренд.

2. Імідж бренду (brand image) – унікальний набір асоціацій, пов'язаних з брендом, який склався в уяві його споживача. Цей набір описує призначення бренду і містить поточну обіцянку споживачам з боку виробника.

3. Достовірність бренду (genuine brand) – певна сума усіх вражень, отриманих споживачами і користувачами, яка переходить в позицію, що базується на емоційних і раціональних перевагах, відрізняє цей бренд від інших.

4. Відповідність бренду (brand relevance) – міра відповідності іміджу бренду і його характеру значущим потребам клієнта або його бажанням.

5. Переконаність бренду (brand conviction) – дуже сильне лояльне відношення або навіть відданість споживачів відносно певного бренду.

6. Глибина бренду (brand depth) – вірогідність, з якою будь-який елемент бренду прийде на ум покупцеві, і ступінь легкості, з якою це станеться.

7. Ширина бренду (brand breadth) – спектр ситуацій купівлі і використання бренду, в ході яких на ум покупцеві можуть прийти будь-які елементи бренду.

8. Капітал бренду (brand equity) – набір активів і пасивів, пов'язаних з ім'ям і/або символом бренду, які підвищують або знижують цінність продукту або послуги в очах споживача.

9. Досвід взаємодії з брендом (brand experience) – усі види комунікацій та інтеракцій з компанією і брендовим продуктом, починаючи від реклами і телефонних дзвінків і закінчуючи трафіком до сайту.

10. Бренд "на думці" (top – of – mind) – бренд або специфічний продукт, який першим спадає на думку покупця в певній продовольчій категорії.

11. Цінність бренду (brand value) – здатність бренду приносити організації додатковий прибуток. Базується на існуванні груп споживачів, які готові платити додаткові гроші (в порівнянні з вартістю інших подібних товарів) за володіння цим брендом.

12. Затребуваність бренду (brand insistence) – стадія лояльності до бренду, на якій споживачі не приймають ніяких альтернатив цьому бренду і додають максимум зусиль для пошуку саме його.

13. Згадування бренду (brand recall) – здатність споживача згадати бренд без будь-якої допомоги (списку назв, логотипу та ін.), лише при згадці назви категорії

14. Частка ринку бренду (brand share) – відсоток продажів (чи споживання) конкретного бренду на ринку. Може бути виражений в грошах або в одиницях споживання.

15. Лідируючий бренд (brand leader) – бренд, що займає найбільшу частку ринку.

16. Популярність бренду (brand awareness) – дорівнює частині цільової аудиторії, яка може згадати або розпізнати бренд. Популярність часто використовується як генеральний показник ефективності маркетингових заходів.

17. Індекс розвитку бренду (Brand Development Index (BDI)) – відношення відсотка від продажу бренду на конкретному ринку до відсотка населення на цьому ж ринку.

18. Лояльні бренду споживачі (brand loyalists) – споживачі, що залишаються лояльними бренду впродовж тривалого часу.

19. Потужність бренду (brand power) – ступінь здатності бренду домінувати у своїй товарній категорії.

20. Обізнаність про бренд (brand familiarity) – ступінь обізнаності покупців про існування бренду.

21. Відношення до бренду (brand attitude) – загальне відношення покупця до бренду в термінах його сприйняття та здатності бренду обслуговувати певні потреби покупця.

22. Прихильність бренду (brand loyalty) – сила переваги одного бренду над іншими. Часто вимірюється в термінах повторних покупок або цінової чутливості.

23. Розвиненість бренду (brand leverage) – здатність бренду вигідно використати свої активи шляхом охоплення ширших груп споживачів, експансії в нові продукти і поширення впливу на нові ринки і/або категорії.

24. Розпізнавання бренду (brand recognition) – здатність споживача згадати бренд, з наданням допомоги (список назв, зображення логотипів, виставка товарів і інше) в процесі опитування.

25. Дослідження впізнаваності бренду (brand lift) – нетривалі онлайн опитування на YouTube.

Використовують також методику трекінгу здоров'я бренду від дослідницького центру MARC. Вона включає в себе методику оцінку сили бренду (Brand Power) та методику оцінки лояльності до бренду (BrandLoyalty). Також здійснюється моніторинг згадувань по ключовим словам бренду, тональності висловлювань та реакції в соціальних мережах та онлайн медіа. Найбільш потужними системами вважаються Semantic Force та YouScan.

Модель відношення споживача до бренду (Consumer Brand Relationship model) показує цілі бренду щодо досягнення лояльності споживачів: перетворення споживача від ознайомленого до фанатичного захисника (рис. 6).

В задачі бренду включаються: надання інформації про бренд, створення та розвиток спільнот, робота над залученням у розвинутих спільнотах бренду та насамкінець робота з адвокатами бренду.

Створення платформи бренду, тобто ідентифікаторів бренду, які відрізняють його від інших, включає такі елементи як позиціонування, легенда, фірмовий стиль (логотип, кольорова гама, шрифти тощо), дизайн упаковки (для продукту), реклама бренду.



Рис. 6. Модель відношення споживача до бренду

Джерело: адаптовано за [16]

3. Методичні аспекти реалізації маркетингового digital проекту

На етапі реалізації маркетингового digital проекту здійснюється сегментація ТА, визначається типологія споживачів бренду, розробляється consumer journey map, окреслюються етапи та канали шляху споживача до купівлі (road to purchase), здійснюється безпосередньо вибір digital каналів та створюється сам контент.

Сегментація споживачів здійснюється переважно за допомогою найбільш вживаних методів: угруповань, сітки сегментації, апріорні, кластерні (аналіз дендограм, алгоритм k-means), SOM (self organizing maps). Рідше використовують методи гнучкої сегментації, методи із дво- та багаторівневим підходом. Ознаки сегментації також залежать від типу ринку (B2B, B2C, B2G) і налічують десятки або сотні змінних. Групами користувачів проекту можуть бути покупці, преса, партнери, конкуренти.

Визначення типології споживачів бренду може здійснюватися за багатьма психотипами. Так, Батьковець Н.О. та Батьковець Г.А. виділяють такі психотипи покупців: інноватори; класики; піонери [17], фахівці компанії COMCON-SPb Є. Громовий та М. Герасимова виділяють такі психографічні типи споживачів: обивателі (нормативні матеріалісти), інтелігенти (натхненні традиціоналісти), незалежні творчі особи (новатори), кар'єристи (цілеспрямовані прагматики), гедоністи (цінителі втіх), наслідувачі (конформісти) [18].

Надважливим етапом успішної реалізації проекту є побудова карти споживацького досвіду. Існують дві найбільш відомі моделі планування: модифікована AIDAS та Consumer Decision Journey (або Consumer Journey (Experience) Map) від компанії McKinsey. Модель (L)AIDAS включає такі

етапи: loyalty (лояльність), awareness (споживач дізнається про продукцію), interest (зацікавленість), desire (бажання придбати), action (дія-купівля), satisfaction (задоволення від купівлі). Модель Consumer Decision Journey представлена на рис. 7.



Рис. 7. Модель Consumer Decision Journey від компанії McKinsey

Джерело: адаптовано за [19]

В цій моделі процес покупки має цикл. Він має 4 етапи: розглядається початкова кількість брендів, вони вивчаються споживачем, здійснюється покупка і потім на базі досвіду споживач приймає рішення про наступну покупку даного бренду або переходить до 1-го етапу в залежності від зміни триггеру (певні прийом, який стимулює споживача на конкретну дію, «спусковий гачок» від англ.).

В процесі прийняття рішення про купівлю карти моделювання споживацького досвіду відрізняються в залежності від цілей, ситуацій, показників щодо кожного етапу тощо. Використовується мультиканальна карта контактів. Приклад проектування споживацького досвіду наведено на рис. 8.

Також вибираються етапи та канали щодо шляху споживача до купівлі. Наприклад канали взаємодії покупця на шляху до купівлі квартири в ЖК представлені на рис. 9. CJM легко представляється у вигляді гугл-таблиці або різними онлайн сервісами (<https://uxpressia.com>, realtimeboard.com тощо).

Використовують й такі інструменти як дошки, стікери, маркери. Є сервиси з можливістю паралельного збору різної статистики (Touchpoint Dashboard, Totango, Journifica). Тут є можливість навіть відслідковувати встановлені KPI.

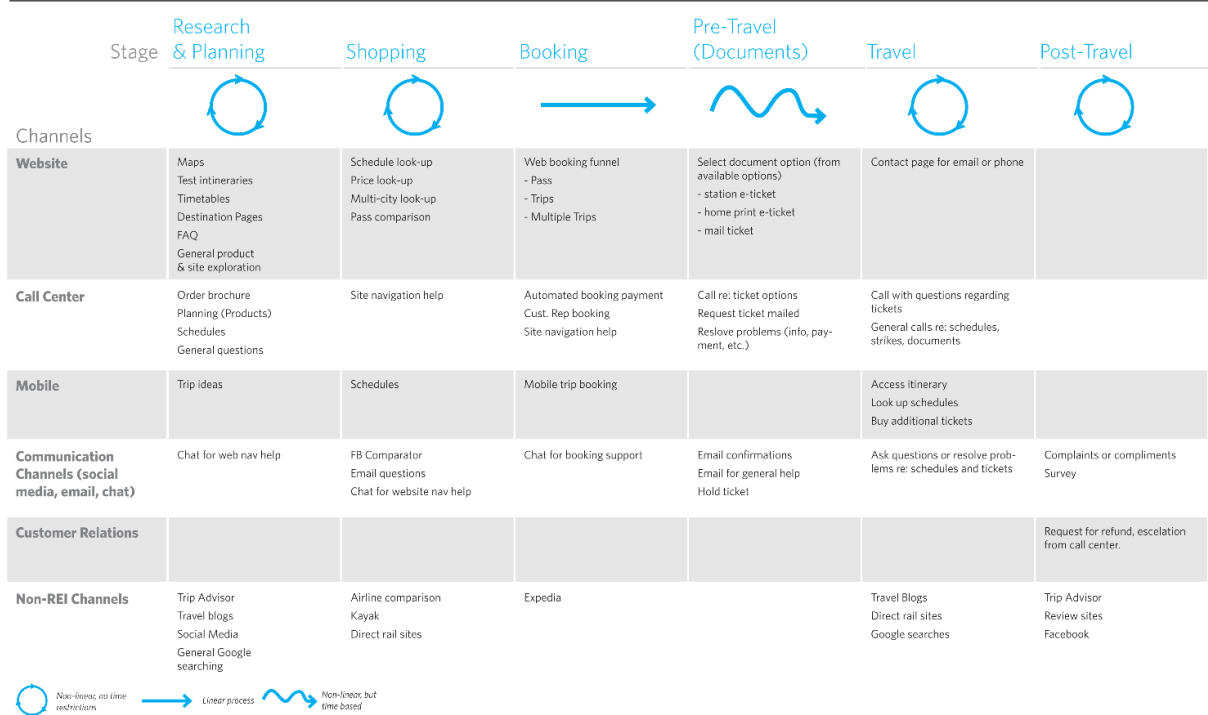


Рис. 8. Мультиканальна карта контактів компанії Rail Europe [20]

Етапи на шляху до купівлі	Наружна реклама	TV/Smart	Радіо	HoReCa	Друківані видання	Сайт Транспорт	забудовника	Сайт ЖК	Пошукова система	Тематичні сайти	ЗМІ	Інтернет реклама	Форуми	SMM	Відділ продажів
Вивчення ринку	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	●	▲	▲	▲	▲	●	●	▼
Вивчення обраних об'єктів	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲	●	▲	▲	●	▲
Прийняття рішення	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▲	▲	▼	●	●	▼	▼	●	▲
Покупка	▼	▼	▼	▼	▼	▼	●	●	▼	●	▼	▼	▼	●	▲
Хід будівництва	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▲	▼	●	▼	▼	▲	▲	

Рис. 9. Канали взаємодії покупця на шляху до купівлі квартири в житловому комплексі

Джерело: навчальна презентація «Digital strategy». Elena Salivon Client Service Director. Grape.Digital

Створення інсайту – це знаходження специфічного потужного каталізатора (ідеї) для здійснення купівля споживачами, який ґрунтується на емоціях, внутрішніх переживаннях, є рідним для споживача та не залишає жодних сумнівів у правильності вибору. Так, наприклад, інсайт виборчої програми «Ми можемо змінити все!» дозволив претенденту виграти вибори.

Дуже важливим елементом успішного проекту є вибір та якість контенту, який безпосередньо пов'язаний з інсайтом.. Зараз немає єдиної класифікації видів контенту. Можемо визначити такі його блоки: інформаційний, розважальний, що продає; графічний, відео, аудіо, змішаний; репуаційний, експертний, вірусний тощо. Найбільшою перевагою digital контенту є можливість його розповсюдження, зберігання та зміни 24/7. Далі

створюється дизайн-концепт проекту, здійснюється його верстка та програмування.

На наступному етапі здійснюється оцінка та моніторинг результатів маркетингового проекту, його сервісна підтримка. Для digital AIDA зазвичай використовуються такі KPI: кількість показів, охоплення, (Reach); клікі, час на сайті, шляхи по сайту, глибина, відмови, реєстрації (CPS, CPV, Engagement rate, Likes, Comments); кількість згадувань (позитив, негатив); запити на демо, презентації, безкоштовні реєстрації (CPA); кількість платних аккаунтів, продажі (CPS, CPS, CPO) тощо.

Висновок. В статті визначено, що маркетинговий проект – це проектна діяльність підприємства в сфері маркетингу, завдяки якій здійснюється просування продукції, ідей, послуг, брендів та ін. за допомогою системи маркетингових інструментів і в межах маркетингових функцій, і має чітко визначені терміни, бюджет, команду, керівництво, форму реалізації та контролю. Запропоновано класифікацію маркетингових проектів, конкретизованих та узагальнених за функціями маркетингового управління. Також визначено, що все більшу актуальність набувають маркетингові проекту в digital середовищі, тому автором надана спроба узагальнити та систематизувати етапи реалізації маркетингових digital проектів, описуючи кожний елемент даного процесу. Звичайно не існує універсальних методик, так само як і універсальних проектів, проте, використовуючи існуючі фреймворки, можливо окреслити загальний напрямок формування та реалізації маркетингового digital проекту. Успішність проекту залежить від відповідності остаточної вартості проекту обсягу виділених асигнувань, узгодження співвідношення виділених інвестицій меті та завданням маркетингового проекту, величиною економії і розмірами прибутку, тому управління ним є ключовим процесом реалізації його ефективності. Зазначимо, що будь-який маркетинговий проект є унікальним та неповторюваним, що може створювати умови для певної невизначеності його результатів.

Напрямами подальших досліджень вважаємо: формування системи KPI для різних типів маркетингових проектів; організацію методології реалізації зворотного зв'язку на зовнішніх площадках таких як форуми, digital PR, лідерів думок; визначення методичних підходів до зменшення ризиків проектів, особливо критичних системних помилок; створення методичної бази digital проектів в розрізі галузевих ринків тощо.

Список використаних джерел:

1. PMBOK Guide. 4th ed. Newton Square, Pennsylvania, USA: Project Management Institute, 2008
2. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsn.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%EF%F0%EE%E5%EA%F2&image.x=0&image.y=0>
3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Sixth Edition, Project Management Institute, Inc. (2017)
4. «Управління проектами»: навчальний посібник до вивчення дисципліни для магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073

«Менеджмент» спеціалізації: «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Менеджмент міжнародних проєктів», «Менеджмент інновацій», «Логістика» / Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик. К.: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.

5. Евразийский стандарт управления проектами. URL: <http://www.collegian.ru/files/ESUP.pdf>

6. Стандарты управления проектами / Раздел портала проектная практика. URL: <https://pmppractice.ru/knowledgebase/gloss/detail/662.php>

7. Управление проектами: фундаментальный курс [Текст] : учебник / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони и др. ; под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. 620, [4] с.

8. Вечканова Е.С., Носкова Е.В. Основные направления проектного управления в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. – № 2. С. 28–37.

9. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 362–371.

10. Университет интернет-профессий «Нетология». Практические советы по составлению digital-стратегии. URL: <https://netology.ru/blog/253-prakticheskie-sovety-po-sostavleniyu-digital-strategii>

11. Розробка УТП: етапи. URL: <https://koloro.ua/ua/unikalnoe-torgovoe-predlozhenie.html>

12. Маркетинговий аналіз. Аналіз конкурентів і інтернету. URL: <https://webbranding.ua/uk/web-analitika/marketingovyj-analiz/analiz-konkurentov-v-internete/>

13. О.В. Вечур, О.М. Сподарець Дослідження методів аналізу відгуків про товари магазинів електроніки // Scientific Journal «ScienceRise» № 6(47) 2018. URL: <http://journals.uran.ua/sciencerise/article/download/135069/132681>

14. Кир Уланов Бренд-платформа: понятие, структура, особенности разработки. URL: <http://kirulanov.com/brend-platforma-ponyatie-struktura-osobennosti-razrabotki>

15. Марина Бельских 25 метрик для бренд-аудита. URL: <https://www.becoming-researcher.com/25-metricis-for-brand-audit/>

16. Офіційний сайт Rayan Daniyal Consulting. URL: <https://www.rayandaniyal.com/services/>

17. Батьковець Н.О., Батьковець Г.А. Купівельна поведінка споживачів та її вплив на розвиток регіону / Н.О. Батьковець, Г.А. Батьковець // Науковий вісник Ужгородського університету Серія Економіка. Випуск 1 (51) 2018 С. 133–136.

18. Е.И. Громова, М.В. Герасимова Психотипы потребителей и позиционирование бренда. URL: <http://www.createbrand.ru/biblio/branding/psychotype.html>

19. Офіційний сайт компанії McKinsey&Company [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>

20. Сайт Mycustomer Company / URL: <https://www.mycustomer.com/experience/engagement/nine-sample-customer-journey-maps-and-what-we-can-learn-from-them>

21. Biggerplate – the global home of mind mapping Templates, Tutorials, and Training. URL: <https://www.biggerplate.com/mindmaps/x952771/managing-projects>

22. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick Digital marketing. Strategy, Implementation and Practice. Seventh Edition. Pearson Education Limited, 2019.

23. Шевченко Н.В., Давиденко М.В. Особливості реалізації маркетингових проєктів у системі проектного менеджменту / Н.В. Шевченко, М.В. Давиденко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Черкаси: ЧДТУ, 2010. Вип. 47. С. 41–47.

Дибчук Л.В.

*кандидат історичних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу та підприємництва
Вінницького кооперативного інституту*

Ковальчук С.В.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу
та торговельного підприємництва
Хмельницького національного університету*

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДИСТРИБУТИВНОЇ СИСТЕМИ ЯК СКЛАДНИКА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

Анотація

У статті розглянуто дистрибутивні системи торговельного підприємства як складник успішного бізнесу. Спочатку автори дають узагальнене визначення сутності і змісту торговельного підприємства. Детально аналізують місце роздрібної торгівлі у дистрибутивній системі держави. Також авторами запропонована схема організації дистрибутивної діяльності на підприємстві роздрібної торгівлі. Надано модель маркетингового управління дистрибутивною системою роздрібного торговельного підприємства. Зазначено, що дистрибуція є передовим сучасним ефективним способом зв'язку виробника з кінцевим споживачем. Доведено, що саме використання ефективної дистрибутивної системи здатне вирішити безліч проблем бізнесу.

Вступ. Глобалізаційні процеси, утвердження в державі базових засад ринкової економіки з лібералізацією внутрішнього ринку, послабленням протекціоністських бар'єрів, активний розвиток інтернет та комунікаційних технологій, засобів представлення та розподілу товарів, форм і способів розрахунків привели до об'єктивного посилення конкуренції та ускладнення умов просування товарів і послуг від виробника до кінцевого споживача. Одним із доказів підтвердження наявності таких тенденцій є послаблення позицій вітчизняних виробників (представників) товарів на внутрішньому ринку та гострі проблеми України з імпортозалежністю. По мірі зростання конкуренції, збільшення чисельності та обсягів постачання на ринок товарів-конкурентів і субститутів актуалізується питання обґрунтування низки стратегічних, а в подальшому і тактичних рішень, орієнтованих на ефективне просування товарів, які підприємства постачають на ринок.

Окрім раціонального та якісного збуту і просування товарів (послуг) каналами дистрибуції за ще недостатньо сформованого інституційного середовища внутрішнього споживчого ринку постає й проблема регулювання та контролю ціноутворення, інших елементів розвиненого ринку. Низка недоліків в цій сфері, що характерні для ще слабкого

внутрішнього ринку України та які мають значні соціальні наслідки, обумовлені в тому числі й сповільненням темпів розвитку гуртової та дрібногуртової торгівлі, її ролі в системах товароруху, наслідками не сформованості якісного розподілення матеріальних потоків з-поміж різних покупців та посередників, передусім – гуртових.

На сьогодні все більше усвідомлюється необхідність зміни дедалі хибних, як показала практика, тенденцій до превалювання інтересів сегменту розподілу та споживання товарів над виробництвом і постачанням, що утвердилися після переходу від жорсткої командно-адміністративної системи управління національним господарством до надмірно «вільної» ринкової економіки. Недооцінювання процесів фізичної дистрибуції (характерних для попередньої суспільно-господарської системи, в якій домінував постачальник) і трактування їх в ізольований спосіб є головними причинами виникнення економічних та адміністративних перепон доступу виробника та його товарів на внутрішній ринок, появи високих трансакційних витрат, зниження економічної ефективності на етапі «виробництво – збут», посилення диспропорцій вартісних характеристик національного продукту.

При такому автономному підході до окремих відрізків і завдань дистрибуційних процесів (замовлення товарів і формування їх запасів, складування і транспортування, маніпуляційні процедури, упакування і технології переміщення, ін.) неодноразово досягалась їх часткова раціоналізація, що, однак, взагалі не могло гарантувати, і, зазвичай, не гарантувало, комплексної раціоналізації. Усвідомлення неефективності такого підходу призвело у країнах з розвинутою економікою до розвитку логістики, а, отже, системного, комплексного трактування, у тому числі процесів фізичної дистрибуції продуктів від джерел отримання сировини до кінцевого користувача.

Аналогічні процеси і тенденції ще не набули адекватного розвитку в країнах з посттрансформаційною економікою, а, відтак, потребують ґрунтовного вивчення та дослідження задля обґрунтування ефективних і дієвих управлінських рішень на рівні суб'єктів господарювання, що дозволили б сформулювати та в подальшому розбудувати систему дистрибуції з її найбільш раціональною (у відповідності до наявних зовнішніх і внутрішніх умов) структурою та виконанням базових і суміжних функцій.

1. Місце роздрібно́ї торгівлі у дистрибутивній системі держави

Система дистрибуції – складна економічна система, яка об'єднує в своєму складі виробника готової продукції та різноманітних посередників, які на договірних засадах (на основі дистриб'юторського договору) спільно здійснюють маркетингову, комерційну, логістичну діяльність з переміщення продукції до кінцевого споживача і її продажу відповідно до стратегії суб'єкта господарювання – організатора такої системи з дотриманням встановлених ним умов продажу, цін продажу, стандартів обслуговування і під його контролем [13].

Система дистрибуції базується на поєднанні в процесі збуту готової продукції на таких основних складових, як стратегія поведінки підприємства (організатора системи дистрибуції) на ринку, зокрема – стратегія маркетингового розподілу, концепція організації системи дистрибуції тощо та партнерство з комерційними посередниками, які на договірній основі об'єднуються в канали розподілу.

Провідним каналом розподілу в межах держави є торгівля у всіх її видах і формах. Окрім того, торгівля є однією з найбільших і найрозвиненіших галузей економіки будь-якої країни як за обсягом діяльності, так і за чисельністю зайнятих в ній робітників, а підприємства цієї галузі відносяться до наймасовіших.

Основною метою діяльності торговельного підприємства є досягнення переваг у конкурентному середовищі, забезпечення високих темпів розвитку у стратегічній перспективі та зростання вартості.

Основними завданнями підприємств торгівлі є – вивчення і задоволення попиту населення як за асортиментом, так і за якістю товарів та організація високого рівня торговельного обслуговування покупців з наданням різноманітних послуг

Загальними ознаками торговельного підприємства, як самостійного господарюючого статутного суб'єкта є закупівля, реалізація товарів та надання послуг населенню з метою задоволення його потреб і на цій основі отримання прибутку [14, с. 10].

Таким чином, можна вважати, що торговельне підприємство є самостійно господарюючим статутним суб'єктом, який, маючи права юридичної особи, здійснює комерційну, подекуди власну виробничу, а також дослідницьку діяльність задля одержання відповідного прибутку (доходу). Розглянемо визначення торговельного підприємства і трактування сутності цього поняття різними авторами (таблиця 1).

Комерційна діяльність торговельних підприємств має низку характерних особливостей, головними з яких є те, що: асортимент товарів значною мірою залежить від характеру попиту й особливостей контингенту, що обслуговується, його професійного, національного, вікового складу, купівельної спроможності, умов праці та побуту; підприємства організаційно та торгово-технологічно досить автономні та самостійні в процесі реалізації товарів, і кожне має свої доходи та витрати, які можна врахувати і зіставити; підприємства максимально наближені до споживачів і за розміром порівняно невеликі, що дає можливість швидко реагувати на зміни ринкової ситуації; попит на товари та послуги торгових підприємств з урахуванням профілю діяльності схильний до значних коливань за порами року, днями тижня і навіть годинами доби; поряд з реалізацією товарів підприємства надають великий обсяг додаткових послуг з метою залучення покупців.

Аналізуючи запропонований Г. Івановим підхід, можна стверджувати, що сутність торговельного підприємства узагальнена у трьох аспектах: юридичному, господарському та галузевому (рис. 1).

Визначення сутності і змісту поняття «Торговельне підприємство»

Автор	Торговельне підприємство – це
Бозуленко О.Ю. [4]	самостійно господарюючий статутний суб'єкт, який, маючи права юридичної особи, здійснює комерційну, подекуди власну виробничу, а також дослідницьку діяльність задля одержання відповідного прибутку (доходу)
Бланк І. [3]	первинна, основна ланка сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт з правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг в цілях задоволення потреб ринку та отримання прибутку
Мошек Г. [15]	самостійний суб'єкт господарювання, загальними ознаками якого є закупівля, реалізація товарів та надання послуг населенню з метою задоволення його потреб і на цій основі отримання прибутку
Іванов Г. [10]	самостійний господарюючий суб'єкт з правами юридичної особи, який на основі використання майнового комплексу і специфічної організаційної структури з метою задоволення потреб ринку та отримання прибутку здійснює закупівлю, зберігання і реалізацію покупцям товарів, які відповідають їх потребам
Szulce Н. [21]	суб'єкт господарювання, який закуплені товари продає клієнтам, прагнучи досягти сприятливих для себе економічних результатів (прибутку)

Джерело: сформовано авторами

Розкриваючи зміст проілюстрованого на рисунку 1 підходу слід зауважити, що найзагальніший характер, властивий усім підприємствам незалежно від галузевої приналежності, має юридичний аспект. Стосовно правового підходу торговельне підприємство необхідно розглядати як юридичну особу. Тому значення законодавчого оформлення торгового підприємства виявляється в тому, що воно: дає змогу певним чином організувати, упорядкувати внутрішні відносини між учасниками (засновниками) підприємства, об'єднати інтереси кожного у загальну мету; є найкращим засобом для тривалого об'єднання капіталів, без чого нездійсненна великомасштабна підприємницька діяльність; уможливорює обмеження майнового ризику учасників сумою вкладу до капіталу конкретного підприємства; створює підстави для гнучкого управління капіталом [10, с. 42].

Зважаючи на характер діяльності торговельних підприємств, більший ступінь конкретизації порівняно з юридичним має господарський аспект,

відповідно до якого підприємством вважають самостійно господарюючий суб'єкт ринкових відносин, створений з метою задоволення певних суспільних потреб та отримання прибутку. Як правило, до складу підприємства як майнового комплексу входять земельні ділянки, будівлі, споруди, обладнання, товари, інвентар, грошові кошти, борги та права вимоги, права власності (товарні знаки, фірмові найменування, зразки), а також нематеріальні активи (авторські і ліцензійні права, ноу-хау, ділова репутація тощо).



Рис. 1. Ознаки торговельного підприємства [10]

Таким чином, можна стверджувати, що за характером організації діяльності торговельні підприємства є поліфункціональними, а отже середньостатистичне торговельне підприємство виконує, як правило, економічні, виробничо-технологічні, зовнішньоекономічні та соціальні функції [5, с. 22].

Економічна функція проявляється в управлінні процесами збуту товарів і власного виробництва (якщо такий процес присутній у якості відповідного структурного підрозділу підприємства), укладанні контрактів, рекрутингу працівників та організації їх праці, розподілі доходів, розрахунку ефективності, ціноутворенні, дослідженні ринку тощо.

Що стосується виробничо-технологічної функції, то вона пов'язана з налагодженням балансу між виробничими потужностями та обсягом товарообігу, забезпеченням процесу власного виробництва (наприклад, випічки, кулінарії тощо) необхідними засобами та їх використанням,

впровадженням технічних та інноваційних нововведень, налагодженням післяпродажного сервісу тощо.

Проте, незважаючи на таку розмаїтість, основною функцією торгівлі залишається реалізація товарів. Зазвичай торговельне підприємство, в процесі своєї діяльності, може виконувати й інші функції, пов'язані з доведенням товарів до кінцевого споживача. Ці функції, як правило, відносять до додаткових, вони передбачають: вивчення купівельного попиту на товари, формування товарного асортименту, рекламування товарів і послуг, допомогу покупцям у здійсненні вибору, розміщення та викладка на торговельному обладнанні, надання додаткових сервісних послуг з доставки куплених товарів додому покупцеві, прийом замовлень на товари, що відсутні в продажу тощо [20, с. 9].

Незважаючи на викладені загальні ознаки торговельних підприємств, їх розрізняють одне від одного згідно таких характеристик: за складом основного обслуговуваного контингенту покупців; за характером розміщення на території населеного пункту; за формою товарної спеціалізації; за групою обслуговуваних покупців з врахуванням їх можливостей придбання товарів; за методом реалізації товарів; за розміром торгової площі [15, с. 10].

Торговельні підприємства торгівлі за складом основного обслуговуваного контингенту покупців поділяють на ті, що: обслуговують переважно містян і жителів поселень міського типу (створюються у містах, і поселеннях міського типу) та обслуговують переважно селян (створюються у сільських населених пунктах).

За характером розміщення на території населеного пункту підприємства, що створюються в містах, поділяють на дві основні групи: підприємства, що розміщуються безпосередньо у місцях житлових забудов та підприємства, що розміщуються у місцях загальноміського значення.

Характер розміщення торговельного підприємства визначається різноманітними факторами і зокрема величиною міста та його планувальною структурою; станом транспортної інфраструктури міста; напрямками та інтенсивністю основних потоків руху (міграції) населення; але найбільш важливим фактором при цьому є його функціональна спрямованість на задоволення основних груп потреб покупців. Так, наприклад, підприємства, що розташовуються безпосередньо в житловій забудові мають задовольняти масові та постійні потреби у товарах повсякденного попиту (основні групи продовольчих товарів, деякі господарчі та галантерейно-парфумерні товари тощо). Тому, визначаючим фактором при розміщенні таких підприємств є радіус пішохідної доступності (він прийнятий у межах 500 м або у п'ятихвилинній пішохідній зоні).

Що стосується підприємств торгівлі другої групи (підприємств загальноміського значення) то вони призначені задовольняти періодичні і епізодичні потреби покупців в товарах, порівняно довготривалого користування (меблі, автомобілі, музичні інструменти тощо). Тому, радіус пішохідної доступності для покупців не має великого значення, головним

фактором для них тут є широта пропонованого вибору товарів і забезпечення транспортної доступності при розміщенні торговельних підприємств.

У сільській місцевості підприємства першої групи розміщуються на території всіх сільських населених пунктів, у той час як підприємства другої групи створюються, як правило, тільки в центральних районах сіл, поряд з адміністративними, виробничими та культурно-освітніми закладами.

Залежно від форми товарної спеціалізації підприємства роздрібної торгівлі поділяють (рис. 2).

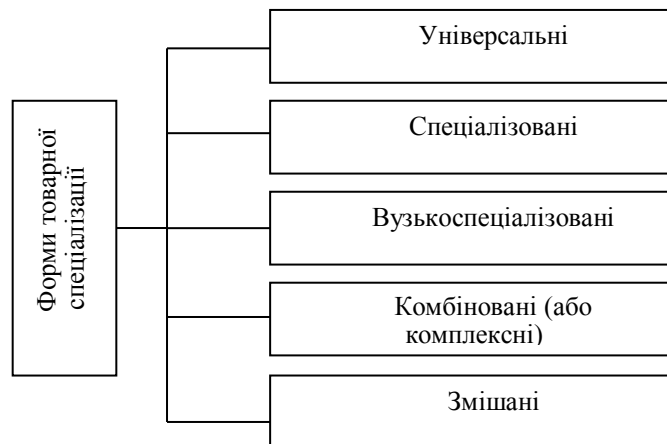


Рис. 2. Форми товарної спеціалізації торговельних підприємств [15]

В універсальних підприємствах реалізується широкий асортимент продовольчих або непродовольчих товарів. До таких відносяться діючі в містах України підприємства «Універсам», «Гастроном», «Універмаг». При цьому універсальні підприємства з реалізації продовольчих товарів (універсам) здійснюють також продаж окремих груп непродовольчих товарів, кондитерських та кулінарних товарів власного виробництва. Одночасно універсальні торговельні підприємства (універмаги) також можуть здійснювати продаж окремих видів як покупних продовольчих товарів, так і кулінарних і кондитерських виробів власного виготовлення.

До спеціалізованих торговельних підприємств відносяться такі, що реалізують товари якої-небудь однієї групи (одяг, меблі, взуття, молоко, хліб, риба). Спеціалізація таких підприємств диктується необхідністю спеціального режиму зберігання, підготовки товарів до реалізації, а також створення найбільших зручностей для покупців.

Вузькоспеціалізовані підприємства торгують товарами тільки однієї підгрупи (грампластинки, сувеніри, квіти тощо).

Комбіновані {або комплексні) підприємства реалізують товари різноманітних груп, що об'єднані спільністю їх попиту або призначення. До таких підприємств відносять: «М'ясо-риба», «Овочі-фрукти», «Товари для спорту та туризму», «Товари для дітей».

Змішані підприємства торгують продовольчими і непродовольчими товарами.

За групою обслуговуваних покупців з врахуванням їх можливостей придбання товарів.

Останнім часом в Україні у зв'язку з великою диференціацією доходів різних верств населення здійснилося його розшарування щодо можливості купівлі товарів у підприємствах торгівлі.

Сформувалося три основні групи споживачів: група споживачів, чий середньодушові доходи набагато перевищують прожитковий мінімум; група споживачів, чий середньодушові доходи знаходяться на рівні прожиткового мінімуму або несуттєво його перевищують; група споживачів чий середньодушові доходи значно менші за прожитковий мінімум.

Процес формування вказаних груп споживачів спричинив у торгівлі тенденцію до становлення і розвитку роздрібних торговельних підприємств, які спеціально орієнтованих на обслуговування покупців однієї із цих груп:

- підприємства торгівлі, що обслуговують переважно покупців з великим рівнем доходів. Ці підприємства прийнято називати елітними. Вони формують і реалізують широкий асортимент найдорожчих і високоякісних товарів та надають покупцям широкий асортимент додаткових торговельних послуг;

- підприємства торгівлі, що обслуговують переважно найбільш масових покупців з середнім рівнем доходів, задовольняючи різноманітні потреби покупців у товарах і послугах за середніми цінами;

- підприємства торгівлі розраховані переважно на обслуговування покупців з найбільш низьким рівнем доходів. Такі підприємства формують свій асортимент за рахунок найбільш дешевих різновидів товарів, якість яких звичайно нижча, ніж у підприємства, що реалізує товари за середніми цінами.

Роздрібна торгівля на сучасному етапі залишається одним з найбільш привабливих сегментів економіки для вкладання інвестицій і розвитку бізнесу. Вона розвивається на засадах інноваційно-інтенсивного розвитку, у процесі чого з'являються нові формати і форми обслуговування, які мають законодавче обґрунтування у нормативно-правових документах. «Роздрібна торгівля – вид торговельної діяльності, пов'язаний з придбанням і продажем товарів для використання їх для особистих, сімейних, домашніх та інших потреб, не пов'язаних із здійсненням підприємницької діяльності» [16].

Розшарування покупців за можливістю придбання товарів має місце у більшості країн з розвиненою економікою. В міру розвитку економічного потенціалу країни, зростання рівня доходів всіх верств населення слід очікувати подальше розширення диференціації торговельних підприємств за ціновими рівнями.

Залежно від методу реалізації товарів торговельні підприємства поділяють на три основні групи (рис. 3).

Реалізація товарів за методом самообслуговування дозволяє зменшити витрати часу покупців на придбання товарів і одночасно збільшити пропускну спроможність магазинів, більш ефективно використовувати площі торговельних залів та підвищувати культуру обслуговування

населення. Крім цього, в підприємствах самообслуговування з'являється можливість надати покупцю комплекс торговельних послуг. На сьогодні до підприємств самообслуговування відносять щонайперше такі типи, як «універмаг», «універсам», супермаркети, гіпермаркети. Але при цьому слід мати на увазі, що віднесення підприємства до тієї чи іншої групи за методом самообслуговування у багатьох випадках умовне.

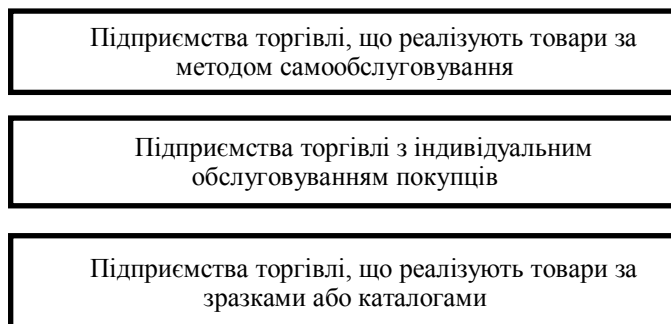


Рис. 3. Поділ підприємств торгівлі залежно від методу реалізації товарів [15]

Підприємства з індивідуальним обслуговуванням покупців мають продаж товарів через продавців. Вибір такої технології обслуговування часто визначається перш за все асортиментом товарів, що реалізуються. Застосовується індивідуальне обслуговування покупців найчастіше в спеціалізованих підприємствах, що реалізують товари, які піддаються стандартизації і попередньому фасуванню (свіжа риба, свіже м'ясо та ін.), а також дорогі малогабаритні товари, вимагають обов'язкового консультування при їх придбанні (ювелірні вироби, хутрові товари, годинники тощо)

Підприємства, що реалізують товари за зразками здійснюють продаж товарів на основі попереднього ознайомлення з товарами, які виставлені в торговельному залі на робочих місцях продавців-консультантів. Після вибору товару і розрахунку за нього він доставляється покупцеві додому. За зразками реалізуються великогабаритні та технічно складні товари порівняно довготривалого користування (телевізори, музикальні інструменти, холодильники, швейні та пральні машини, мотоцикли, човни, автомобілі, меблі тощо). Продаж товарів за каталогами охоплює практично всі основні групи непродовольчих товарів складного асортименту.

Характеристика підприємств торгівлі за сформованими ознаками дозволяє оперативно вибирати той тип підприємства, який максимально відповідає цілям і особливостям дистрибутивної системи держави.

2. Формування маркетингової дистрибутивної системи торговельного підприємства

Конкуренція приводить до формування нових форм і видів торгівлі, вимоги підвищення ефективності обумовлюють розвиток категорійного менеджменту, боротьба за покупців спирається на розвиток власних торгових марок, зростання інвестицій в маркетинг. В рамках роздрібної

торгівлі розвиваються нові форми. Найбільш високими темпами розвиваються спеціалізовані в певній категорії торгівлі підприємства, суперцентри, які поєднують в собі елементи магазинів низьких цін і супермаркетів, а також позамагазинної торгівлі (продажу через Інтернет, телебачення, поширювані каталоги).

Торговельні підприємства і мережі представлені сучасними форматами магазинів, які в свою чергу характеризуються різноманітними асортиментом, торговою площею, формами і методами обслуговування. Розвиваються нові формати магазинів, сучасні торгові центри, дискаунтери, ритейл-парки. Підприємства роздрібної торгівлі оснащені передовими технологіями ведення бізнесу, що впливає не тільки на механізм ціноутворення, але і на рівень конкурентоспроможності торговельних підприємств [2].

Торговий формат, на наш погляд, може розглядатися як організаційно-технологічна характеристика підприємства торгівлі певної форми з конкурентним набором властивостей і якостей послуг, які воно надає, котра відображає специфіку цінності конкретної форми магазину для споживача торгових послуг, в сполученні з чинною ринковою кон'юнктурою.

Нормативні вимоги до конкретного формату роздрібної торгівлі в українському законодавстві відображає єдиний нормативно-правовий документ – Господарський кодекс України, який набрав чинності в 2006 р. Як показує практика, інноваційні для вітчизняного ринку торгові формати, що поширюються на ринку роздрібної торгівлі, є найбільш характерними для стандартів, що діють у Європі – Європейська система класифікації торгових форматів.

Ця обставина обумовлена інтенсивною експансією західних ритейлерів на український роздрібний ринок, що на практиці веде до перейняття досвіду прогресивної організації роздрібної торгівлі, проте в даний час терміни і поняття в частині законодавчої бази стосовно форматів торговельних підприємств ще не набули синхронізації.

Принциповою особливістю класифікації торгових форматів у порівнянні українських з європейськими стандартами є різниця методологічного підходу. Так, вітчизняна класифікація базується на кількісних і якісних характеристиках торгового підприємства, що відображають внутрішні можливості.

Однак особливої актуальності останнім часом набуває клієнто-орієнтований підхід до класифікації торгових форматів, що забезпечує врахування параметрів, цінних для споживача. З позицій керованості такими параметрами виступають елементи маркетингового управління торговими організаціями [9].

Так, торговельні мережі забезпечують найбільшу ефективність продажу товарів, розширення і вдосконалення організації післяпродажного обслуговування. Безперечними перевагами магазинів з великою торговельною площею є більш низькі витрати торгово-технологічного процесу і висока швидкість товарообігу в порівнянні з дрібними форматами роздрібної торгівлі. В даний час українські і світові ритейлери активно

розширюють свої територіальні рамки, причому ступінь розвитку цього процесу характеризується відсутністю при виході на ринок підприємств роздрібної торгівлі дистрибуторів, таким чином, менеджменту торгових компаній необхідно реалізовувати комплексний ринково адаптований підхід до торгового управління самостійно [6].

Вивчення та аналіз функцій, факторів, що впливають на формування і розвиток роздрібної торгівлі, дозволяє розглядати окреме підприємство як виробничу систему з характерними для нього принципами організації виробництва, специфікою торгово-технологічного процесу, системи якості, а також внутрішніми і зовнішніми факторами, які притаманні конкретному формату цього підприємства. Ринок роздрібної торгівлі важливо розглядати як різновид виробничої системи.

Під визначенням системи розуміється сукупність елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, яка утворює певну цілісність, єдність [19]. Об'єднання людей для спільної громадської, політичної та виробничої діяльності утворює соціальну систему. Дана система регулюється людськими ресурсами. Підприємство, в свою чергу, є особливим видом соціальної системи.

Основним положенням системної концепції є визнання категорії системи при дослідженні та організації діяльності підприємства. У свою чергу, системна концепція буде найважливішим підходом в дослідженні проблем організації дистрибуції у роздрібній торгівлі.

У сфері організації виробництва виокремлюється традиційна виробнича система (рис. 4).

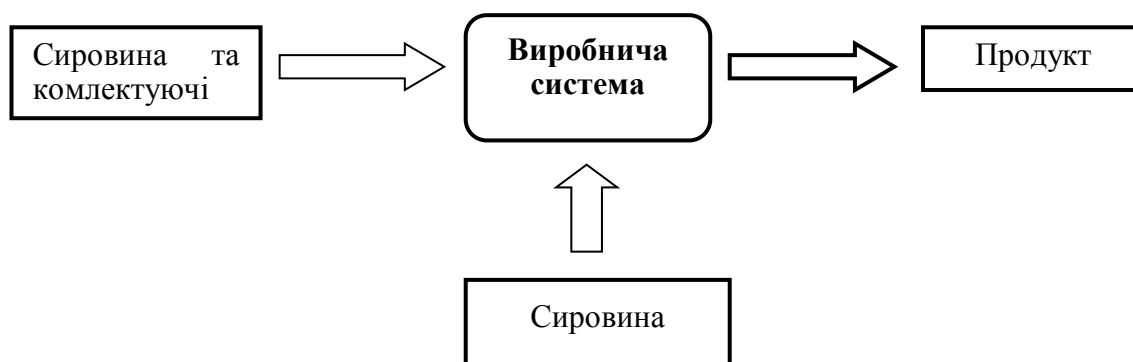


Рис. 4. Виробнича система підприємства

Джерело: сформовано авторами

Виробнича система роздрібної торгівлі – це за фактом дистрибутивна система, в якій торгова одиниця є основною організаційною і технічною ланкою, за допомогою якої задовольняються потреби споживача в різноманітних товарах і послугах. Спираючись на традиційне уявлення виробничої системи і сутність дистрибутивного процесу, можна скласти таку уяву про дистрибутивну систему роздрібної торгівлі (рис. 5).

Дистрибутивна система – це взаємопов'язані елементи і процеси, що забезпечують обробку потоків товарів з першого етапу – надходження товарів і до останнього – повна підготовка їх до продажу. У роздрібній

торгівлі є необхідною умовою ефективна організація дистрибутивної системи. Бо її технологічна складова включає такі процедури, як приймання, зберігання, фасування, упаковка товарів, а також переміщення і викладка товарів в залах торгового підприємства, безпосередній продаж товарів споживачам, а її торговельна складова забезпечує обслуговування покупців, відбір товарів, їх доставку в точку розрахунку, розрахунок за вибрані товари [1; 8; 17].

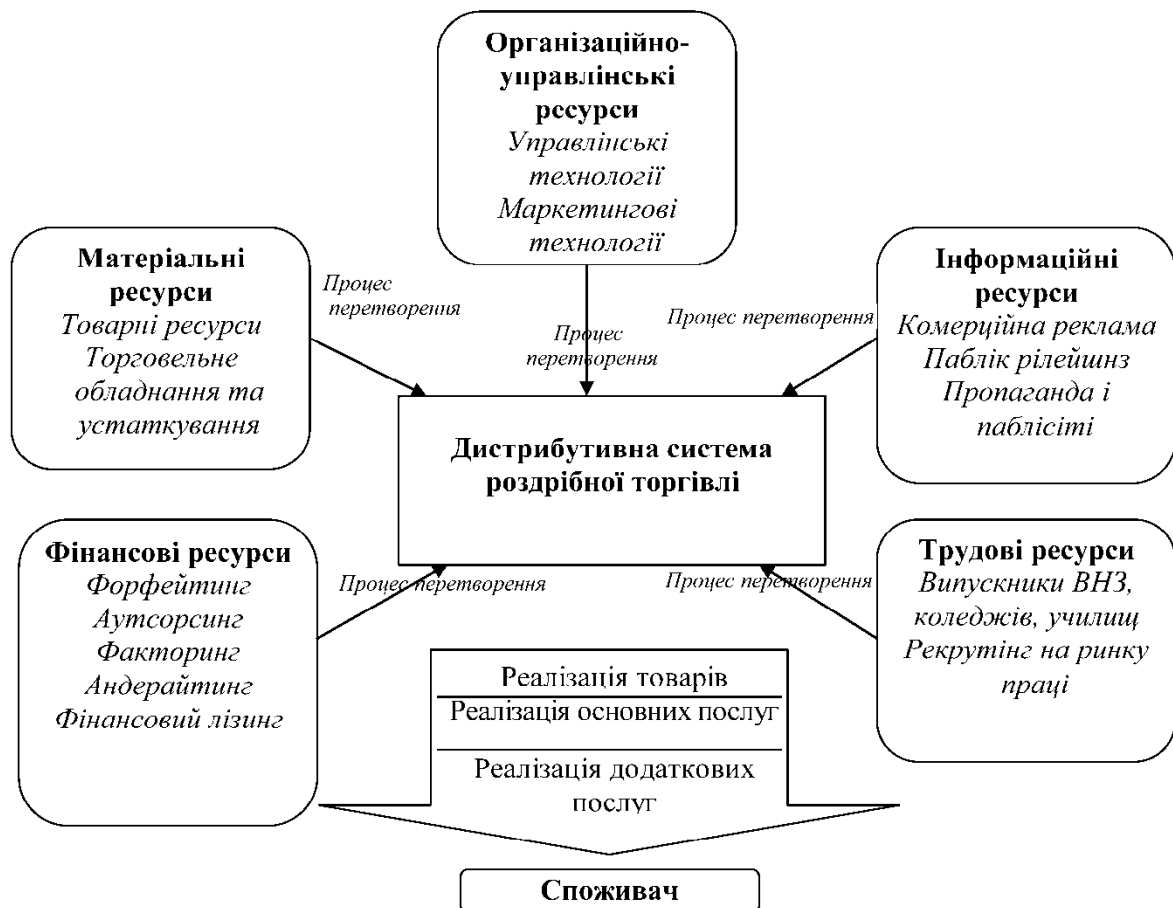


Рис. 5. Схема організації дистрибутивної діяльності на підприємстві роздрібно́ї торгівлі

Джерело: сформовано авторами

Специфіка організації діяльності торгового підприємства полягає в особливому процесі руху товарів зі сфери виробництва в сферу споживання, а також в зміні вартості продукції, тому в сучасних умовах у роздрібній торгівлі з метою ефективної організації дистрибутивної системи необхідне врахування маркетингової складової.

Слід зробити особливий акцент на процесах, що відбуваються у дистрибутивній системі. В основі будь-якого дистрибутивного процесу організації торгівлі лежить певна схема. Дистрибутивний процес магазину самообслуговування включає такі ключові складові, як: надходження товарів, розвантаження, доставка і прийомка товарів, їх викладка, відбір товарів покупцями, розрахунок за товари та надання покупцям додаткових послуг [7].

Маркетингова діяльність будь-якого підприємства починається з виявлення споживчих потреб, розробки відповідних товарів і встановлення на них відповідних цін, налагодження системи розподілу і ефективного стимулювання, такі товари вже не матимуть проблем зі збутом [12].

Це безпосередньо стосується і торговельного підприємства. Маркетингове управління може бути застосовано до процесу походження товарів: відділ маркетингу формує власне сам склад товарів і послуг, які мають надійти в магазин самообслуговування відповідно до стратегічного маркетингового плану організації.

У деяких дистрибутивних процесах системи, таких як викладка товарів на торгово-технологічному обладнанні, маркетинг виступає в формі мерчандайзингу: підготовка до продажу товарів в торговому залі, інформування про товар, оформлення торгових прилавків, вітрин.

В процесі вибору товарів покупцями в магазині самообслуговування важлива роль відводиться самообслуговуванню. Завдання маркетингу – ретельно спланувати пересування споживача в торговельному залі без сторонньої допомоги і надати вільний доступ до товарної продукції та інформації про неї.

Сьогодні у роздрібній торгівлі симпатії ритейлерів на стороні американської моделі. Європейські ритейлери також все частіше перебудовуються на американський тип торговельних мереж.

Перш за все необхідно зробити акцент на ретельно спланованому процесі – самообслуговуванні. Сучасний покупець озброєний необхідною інформацією про те, що товари і послуги продаються завдяки безлічі рекламних джерел [36].

Споживачеві важливо мати швидкий і зручний доступ до продукції та оперативного обслуговування на касі. Так, в супермаркеті Price Chopper Supermarkets в Кліфтон-Парку (Нью-Йорк) Говардом Шнейдером була винайдена система касового самоконтролю.

Пізніше до цієї системи доєдналися супермаркети Kroger, ритейлерські мережі США, Канади, Австралії, Великобританії [18]. Це нововведення позбавило споживачів від очікувань в чергах і некомунікабельних продавців, дозволило збільшити кількість продажів в торгових точках.

На етапі доставки товарів у вузол розрахунку маркетингове управління має спланувати і організувати маркетингові прийоми для створення комфортних умов обслуговування покупця в процесі відвідування торгової організації і ефективного забезпечення супутніми товарами і послугами.

Маркетингова діяльність в управлінні процедурою розрахунку за відібрані товари виражена в розстановці товарів широкого вжитку в зоні прикасового обслуговування. У період очікування своєї черги більшість споживачів активно «добирають» товари в споживацький кошик.

Надання покупцям додаткових послуг – важлива маркетингова процедура, на етапі якої споживачеві можна запропонувати додаткові послуги, надати клієнту бонусну карту, кредитно карту, залучити до участі в маркетингових дослідженнях, запропонувати упакувати товар.

Таким чином, механізм маркетингового управління дистрибутивною системою підприємства роздрібної торгівлі спрямовується на формування цінності конкретного торгового підприємства в очах споживача.

При цьому маркетингове управління охоплює такі елементи дистрибутивної системи, як надходження товарів, викладка товарів, відбір товарів покупцями, доставка товарів у вузол розрахунку, розрахунок за товари та надання додаткових послуг (рис. 6).



Рис. 6. Маркетингове управління дистрибутивною системою роздрібного торговельного підприємства

Джерело: сформовано авторами

Виділимо функції дистрибутивної системи у роздрібній торгівлі:

- кон'юнктура товарного ринку; формування попиту і пропонування конкретних видів товарів;
- пошук, відбір та сортування необхідного асортименту товарів;
- робота з постачальником, прийом і оплата товарів від постачальника;
- операції з приймання, зберігання, маркування товару;
- установка і закріплення за товарами цін; надання постачальникам, споживачам та іншим інсайдерам консультаційних, рекламних, інформаційних, транспортно-експедиційних та інших послуг.

Фактори, що впливають на формування дистрибутивної системи роздрібно торгівлі:

- економічний – ступінь прибутковості вкладення інвестицій;
- транспортний – доступність для громадського та індивідуального транспорту, а також інтенсивність потоку споживачів;
- соціальний – можливість придбання товарів споживачами в великих кількостях за рахунок економії на транспортних витратах і пропонування максимальних знижок на продукцію;
- сервісний – забезпечення якісного рівня обслуговування;
- форматний – розвиток і залежність нових форматів магазинів, сучасних торгових центрів, молів, рітейл-парків від місцевого пункту, кількості жителів, розвиненості і наявності адміністративно-культурних послуг і спортивних центрів.

Розвиток відносин на споживчому ринку свідчить про підвищення рівня цивілізованості, в основі якого лежить використання таких інноваційних форм ведення бізнесу, як факторинг; франчайзинг; форфейтинг; аутсорсинг.

Маркетингове управління дистрибутивною системою роздрібного підприємства спрямоване на оптимізацію торгових і технологічних процесів для ефективного функціонування торговельного підприємства не лише в рамках торгової функції, але і з позицій клієнтоорієнтованого підходу.

Таким чином, можна стверджувати, що дистрибутивна система роздрібно торгівлі виконує такі функції виробничо-господарських систем, як: економічні та соціальні, які проявляються в задоволенні попиту споживачів на товари і послуги, стимулювання виробництва, збільшення кількості та підвищення якості пропонованих товарів і сервісу на основі аналізу зворотного зв'язку зі споживачами. Всі перераховані функції системи сприяють розвитку торгівлі в цілому.

Зміни в динаміці споживчого поведінки і структури попиту ведуть до посилення ринкової конкуренції в сфері роздрібно торгівлі. Розвиток споживчої культури визначає формування нових форм торгівлі та інноваційних підходів до організації торговельної діяльності. Дистрибутивна система роздрібно торгівлі, забезпечуючи обробку потоків товарів з першого етапу – надходження товарів і до останнього – повної підготовки їх до продажу та споживання з метою адаптації управління до ринкових реалій, має бути орієнтованою на споживача.

Це можна забезпечити за рахунок впровадження механізму маркетингового управління дистрибутивною системою підприємства роздрібною торгівлі, націленого на формування цінності конкретного торгового підприємства в очах споживачів. При цьому маркетингове управління охоплює як торгові, так і технологічні процеси виробничої системи. Визначаючи місце маркетингового управління у дистрибутивній системі торговельних підприємств, можна констатувати, що воно є системоутворюючим фактором комерційної діяльності.

Висновок. У цьому розділі монографії здійснено теоретичне узагальнення та дістала вирішення наукова проблема, яка полягала в обґрунтуванні теоретико-методичних положень та розробленні практичних рекомендацій щодо формування ефективної дистрибутивної системи торговельного підприємства.

Базуючись на різноманітних підходах до трактування поняття «торговельне підприємство», а також на критичному аналізі таких трактувань, запропоновано визначення цього поняття як самостійно господарюючого статутного суб'єкта, який, маючи права юридичної особи, здійснює комерційну, подекуди власну виробничу, а також дослідницьку діяльність задля одержання відповідного прибутку.

Проведено групування торговельних підприємств згідно таких характеристик: за складом основного обслуговуваного контингенту покупців; за характером розміщення на території населеного пункту; за формою товарної спеціалізації; за групою обслуговуваних покупців з врахуванням їх можливостей придбання товарів; за методом реалізації товарів; за розміром торгової площі.

Згідно проведених досліджень, можна стверджувати, що дистрибутивна система роздрібною торгівлі виконує такі функції виробничо-господарських систем, як: економічні та соціальні, які проявляються в задоволенні попиту споживачів на товари і послуги, стимулювання виробництва, збільшення кількості та підвищення якості пропонованих товарів і сервісу на основі аналізу зворотного зв'язку зі споживачами. Всі перераховані функції системи сприяють розвитку торгівлі в цілому.

Логічно доведено, що ефективна трансформація роздрібною торговельною мережі на споживчому ринку сприятиме систематичному виконанню плану роздрібного товарообороту, збільшенню обсягів роздрібного товарообороту у розрахунку на одну особу, підвищенню ефективності праці працівників, покращенню рівня торговельного обслуговування населення і сприятиме економії його часу, який витрачається на купівлю товарів.

Отже, дистрибуція сьогодні є передовим сучасним ефективним способом зв'язку виробника з кінцевим споживачем. Використання цієї мережі здатне вирішити безліч проблем бізнесу. Це зручно не тільки виробникам продукції, але і її споживачам.

Список використаних джерел:

1. Акоф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер с англ. Г.Б. Рубальского / Р. Акоф, Ф. Эмери. М.: Сов. радио, 1974. 271 с.

2. Астратова Г.В. Современный потребитель товаров и услуг, реализуемых в торговых центрах: проблемы и перспективы / Г.В. Астратова. Екатеринбург: Компания маркетинговых исследований «Стратегия позитива», 2007. 320 с.
3. Бланк І.О. Управління торговельним підприємством : підручник / І.О. Бланк. Харків, 2007. 420 с.
4. Бозуленко О.Ю. Специфіка дуального розвитку торговельних підприємств у Чернівецькій області / О.Ю. Бозуленко // Фінансові аспекти розвитку економіки: теорія, методологія, практика : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 28-29 березня 2017 р. / ГО «Львівська економічна фундація». У 3-х частинах : тези доп. Львів : ЛЕФ, 2017. Ч. 2. С. 59–61.
5. Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності : підручник для учнів 10–11 класів загальноосвітніх шкіл, ліцеїв та гімназій / З.С. Варналій, В.О. Сізоненко. Київ: Знання України, 2014. 404 с.
6. Горкин В.А. О сущности торговли и природе кооперации. / В.А. Горкин. М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. 232 с.
7. Дашков Л.П., Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчянц. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 512 с.
8. Дибчук Л.В. Формування інтегрованої системи дистрибуції товарів і послуг / Л. В. Дибчук // Науковий вісник Хмельницького національного університету. Сер.: Економічні науки. 2017. Вип.6. Т.1. С. 85–90.
9. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. / Дж. Иган. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 375 с.
10. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия [Текст] : учебное пособие / Г.Г. Иванов [и др.]; под общ. ред. А.Н. Соломатина. Москва : ИНФРА-М, 2000. 295 с.
11. Кент О. Розничная торговля. / О. Кент, О. Омар. М. : Юнити-Дана, 2007. 720 с.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филипп Котлер Ф., Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг ; [Пер. с англ.] СПб. : Издательский дом «Вильямс», 2006. 944 с.
13. Лозинський В.Т. Формування сучасних систем дистрибуції товарів: проблеми теорії і практики / В.Т. Лозинський, І.П. Міщук // Логістика : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Є.В. Крикавський. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. 780 с.
14. Мошек Г. Структуризація комерційної діяльності торговельного підприємства / Г. Мошек, В. Ціпурида // Вісник КНТЕУ. 2011. № 5. С. 5–13.
15. Мошек, Г.Є. Менеджмент підприємства + [Електрон. ресурс] : Підручник / Г.Є. Мошек, Л.А. Гомба, Л.П. Піддубна. Київ : КНТЕУ, 2012. 371 с.
16. Національний стандарт України. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять ДСТУ 4303:2004. URL: <http://dt-kt.com/natsionalniy-standart-ukrayini-dstu-4303-2004-rozdribna-ta-optova-torgivlya/>.
17. Оплеснина Е.Е. К вопросу о теоретических аспектах дефиниции «производственная (торгово-технологическая) система» розничной торговли / Е. Е. Оплеснина // Экономика и предпринимательство. № 5 2016. С. 123–132.
18. Паева П. Self check-out: один на один с кассой [Електронний ресурс] / П. Паева // Smart Retailer медиа-агентства iTrend. – 2018. URL: <http://smartretailer.ru/?p=988>
19. Попов В.П. Теория и анализ систем. / В.П. Попов, И.В. Крайнюченко. – Пятигорск : ПГГТУ, 2012. 236 с.
20. Синиця С.М. Моделювання фінансової діяльності торговельних підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.11 / Синиця Світлана Михайлівна ; Хмельницький національний ун-т. Хмельницький, 2009. 19 с.
21. Szulce, H. Ekonomia handlu: Podręcznik / H. Szulce, J. Chwałek, W. Ciechomi, Z. Mielczarczyk Warszawa : WSiP, 2008. Część 1. 320 s.

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Анотація

Готельне господарство є стратегічною сферою народного господарства України. Саме готелі та аналогічні засоби тимчасового розміщення створюють основу інфраструктури економіки. Функціонування готельних підприємств в Україні має певні особливості. Ефективне функціонування готелів залежить від багатьох суб'єктивних та об'єктивних складників. Готельний бізнес України розвивається хвилюподібно і залежить від сезонності, в результаті чого є сенс наукового обґрунтування стратегій його розвитку.

Розглянуто структуру, кількісний склад готельних підприємств в Україні та у розрізі регіонів. Досліджено динаміку та місткість закладів тимчасового розміщення. Виявлені головні проблеми та запропоновані стратегічні шляхи розвитку готельного господарства України.

Вступ. Соціально-економічні перетворення, які відбуваються в Україні, викликали потребу в системному дослідженні сьогодення та стратегій розвитку готельного господарства України, яке є невід'ємною складовою частиною народногосподарського комплексу держави і відноситься до сфери невиробничого господарства. Саме ця сфера економіки сьогодні може змінюватись ефективно та послідовно, створюючи нові робочі місця та розгалужувати існуючу інфраструктуру населених пунктів та країни в цілому. Завдяки цьому дана сфера може надавати значні доходи до місцевих та регіональних бюджетів. Але для ефективного розвитку готельної сфери держава та місцеві органи влади мають цілеспрямовано створювати умови для становлення конкурентоспроможного готельного господарства.

Основні питання функціонування готельної індустрії висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних авторів – Л. Агафонові, О. Агафонові, Г. Андрощука, С. Байлика, Д. Басюк, М. Бедринця, Р. Браймера, М. Вудроу, Л. Іванові, В. Денисенка, В. Герасименка, Ф. Котлера, О. Любіцевої, А. Мазаракі, Г. Папіряна, М. Портера, М. Мальської, Б. Сміта, Т. Ткаченко, В. Федорченка. У працях цих науковців доволі глибоко розглянуті питання управління готелями, особливості фінансової діяльності, конкурентоспроможності, світового розвитку готельної індустрії, регіональних відмінностей у функціонуванні готельного бізнесу.

У дослідженнях учених М. Бойко, М. Брандербургера, Р. Вернона, Г. Грубера, А. Маршалла, Дж. Мілля, Дж. Мура, Дж. Нейлбаффа, Б. Оліна, М. Портера, К. Прахалада, Д. Рікардо, Дж. Робінсона, Дж. Сакса, П. Самуельсона, А. Сміта, П. Шоемейкера, Й. Шумпетера, Ф. Хайєка, Г. Хамела, Е. Хекшера, Дж. Хікса, Е. Чемберлена, Л. Антонюк, С. Галасюк, С. Нездойминова та інших висвітлені питання функціонування готельного господарства у контексті реалій української економіки.

Однак подальших досліджень потребують питання стратегічного розвитку готельного господарства країни в цілому, особливо у секторальному аспекті, проблеми управління, фінансування та організаційно-економічні механізми підвищення ефективності функціонування готельного бізнесу в регіонах України в умовах впровадження інноваційних технологій. Особливої уваги заслуговує питання доцільності створення в Україні нових форм господарювання в готельному бізнесі, таких, як готельні мережі, фахове управління готельними підприємствами з боку управлінських компаній – готельних операторів тощо.

У готельному господарстві є невирішені проблеми на макрорівні, зокрема це: відсутність комплексної стратегії розвитку й відповідної політики в цій сфері, нестача інвестицій, недосконалість нормативно-правової бази та системи обліку суб'єктів господарювання, незадовільний рівень якості комплексу готельних послуг тощо. На мікрорівні основними проблемами в готельному господарстві на сьогодні можна вважати: проблему забезпеченості готельними місцями; проблему сертифікації готельних послуг в Україні; складні економічні умови, в яких вимушені виживати готелі – значні витрати на утримання та експлуатацію номерного фонду й платежів готелів за комунальні послуги, значний податковий тиск, високі тарифи на готельні послуги тощо.

Наукове вирішення проблем, пов'язаних із стратегією розвитку готельного бізнесу України робить актуальним теоретичне висвітлення тих тенденцій, які зумовлюють подальший розвиток і трансформацію готельної сфери в межах народногосподарського комплексу країни.

1. Сучасний стан розвитку готельєрства як сфери народного господарства України

Готельне господарство є невід'ємною складовою частиною сфери послуг та тісно пов'язане з розвитком туризму. Готельне господарство створює для туристів необхідні умови для проживання та відпочинку, забезпечує їх обслуговування на короткотривалий період часу всім необхідним: від ночівлі до харчування, інформації про розміщення і т.д. За даними Всесвітньої Туристичної Організації, у 2018 р. глобальний економічний внесок індустрії подорожей і туризму оцінювався в майже 9700 млрд. доларів США, прямий економічний ефект лише від готельної індустрії становив близько 3410 млрд. доларів США [1].

Україна має об'єктивні передумови стати однією з провідних у туристичному відношенні країн світу. Однак, не дивлячись на високий

потенціал туристичних ресурсів, Україна не входить навіть 75 країн світу, які мають найбільші доходи від туризму, оскільки питома вага туризму в економіці країни є дуже низькою. В Україні туризм формує менше 1% сукупного ВВП, тоді, коли у країнах Європи – 10%). Частка експорту туристичних послуг у структурі експорту товарів та послуг в Україні становить 0,7% (у країнах Європи – 30%) [2].

Кількість громадян України, які у 2018 р. подорожували за кордон, становила 24668233 особи, кількість громадян іноземних держав, які відвідали Україну – 13623812 осіб, кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – 2549606 осіб. Готельне господарство забезпечує послугами розміщення понад 70% усіх туристів в Україні, у тому числі 96% іноземних відвідувачів (2018 р.).

На кінець 2018 р. в Україні налічувалось 4257 різноманітних засобів розміщення: готелів, пансіонатів, санаторіїв, будинків та таборів відпочинку, готових одночасно прийняти 392,3 тис. осіб. З них кількість закладів готельного типу дорівнювала 2534 з кількістю місць приблизно для 137,1 тис. осіб [1].

У розрізі регіонів частка готельних закладів у структурі всіх засобів розміщення постійно змінювалася. Так, загаломпо Україні частка готельних закладів всіх засобів розміщення у 2018 р. становила 59,5%, що на 1,7% більше, ніж у 2016 р., та на 6%, ніж у 2012 р. У регіональному розрізі найбільше частка закладів готельного типу зросла порівняно з 2012 р. у Львівській (2,8%), Закарпатській (2,3%), Одеській (1,8%) та Київській (1,7%) областях. Зменшилась частка у 2018 р. порівняно з 2012 р. у Донецькій (–1,3%) і Луганській (–0,5%) областях з причин воєнних дій на території цих областей [1]. У табл. 1 наведемо статистику щодо підприємств готельного типу та основні складові їх динаміки.

У перші роки незалежності України спостерігалось стрімке зменшення кількості готелів, спричинене кризою в економіці та дуже застарілою матеріальною базою, методами їх управління, які виявились не пристосованими для господарювання в ринкових умовах. Велика кількість закладів припинила діяльність у зв'язку зі збитковістю, неможливістю подальшого утримання та передачі в оренду, зміни власності тощо. Однак стрибок відбувся у 2013 р., коли кількість закладів готельного господарства збільшилася майже удвічі (табл. 2). Позитивна тенденція розвитку тривала до 2016 р. у всіх регіонах України. А з початком воєнних дій на сході України та з анексією АР Крим Російською Федерацією більша частина функціонуючих суб'єктів готельного господарства припинили свою діяльність, що призвело до загального зменшення кількості готелів по Україні порівняно з 2015 р. на 26%. Динаміка зниження триває й до сьогоднішнього дня.

Скорочення кількості закладів спостерігалось серед елементарних за рівнем якості засобів тимчасового проживання – гуртожитків, але зростала кількість мотелів та кемпінгів. Зменшення кількості готелів можна пояснити такими причинами: дуже застарілі заклади ще радянських часів

побудови не відповідали сучасним нормам, вимогам та потребам у наданні послуг населенню, а високий відсоток зношеності матеріально-технічної бази, відсутність додаткового сервісу не давали змоги бути конкурентоспроможними гравцями на ринку готельних послуг.

Таблиця 1

Показники динаміки кількості та місткості підприємств готельного типу в Україні, 2000 р., 2007–2018 рр.

Рік	К-ть підпр.	Коеф. зростання	Темп приросту	К-ть номерів	Коеф. зростання	Темп приросту	К-ть місць	Коеф. зростання	Темп приросту
2000	1308	X	X	51012	X	X	102906	X	X
2007	1232	0,942	-5,8	51686	1,013	1,3	106078	1,031	3,1
2008	1269	1,030	3,00	53645	1,038	3,8	110669	1,043	4,3
2009	1420	1,119	11,90	62165	1,158	15,8	135199	1,222	22,2
2010	1595	1,123	12,32	71580	1,151	15,1	161995	1,198	19,8
2001	1684	1,056	5,58	76019	1,062	6,2	174398	1,077	7,7
2012	1731	1,028	2,79	79833	1,050	5,0	186621	1,070	7,0
2013	3162	1,826	82,67	81001	1,015	1,5	154226	0,826	-17,4
2014*	3144	0,994	-0,57	81441	1,005	0,5	162821	1,056	5,6
2015*	3582	1,139	13,9	89685	1,101	10,1	179104	1,100	10,0
2016*	2644	0,738	-26,2	69237	0,772	-22,8	135518	0,757	-24,3
2017*	2478	0,937	-6,3	68241	0,986	-1,4	132535	0,978	-2,2
2018*	2534	1,023	2,3	70081	1,027	2,7	135916	1,026	2,6

Без урахування тимчасово окупованих територій АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення операції об'єднаних сил України.

Джерело: побудовано на основі даних Державної служби статистики України, 2018 р.

Таблиця 2

Динаміка кількості готелів та аналогічних засобів розміщення в регіонах України у 2012–2018 рр.(од.)

Область	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення 2018–2012 роки
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Україна	1713	3162	3144	3582	2644	2478	2534	495
Вінницька	24	46	48	52	73	75	60	16
Волинська	24	46	48	52	69	66	61	17
Дніпропетровська	95	141	142	159	146	139	138	3
Донецька	75	140	151	158	50	44	46	-89
Житомирська	2	48	52	54	63	58	70	24
Закарпатська	72	159	171	179	229	213	211	59
Запорізька	51	116	115	131	125	86	114	3
Івано-Франківська	179	345	330	328	212	200	227	-102
Київська	44	56	57	63	89	87	114	60
Кіровоградська	11	32	35	36	48	41	30	-1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Луганська	28	60	65	68	18	23	23	-35
Львівська	139	228	237	257	273	273	287	68
Миколаївська	27	70	76	79	89	66	74	7
Одеська	138	217	214	245	235	250	232	24
Полтавська	43	86	63	97	106	105	76	-7
Рівненська	29	41	34	46	50	46	45	6
Сумська	21	48	42	54	41	34	37	-9
Тернопільська	24	46	40	52	58	57	59	15
Харківська	79	103	101	116	125	123	108	9
Херсонська	31	74	70	83	109	70	92	21
Хмельницька	28	60	55	68	84	70	71	13
Черкаська	37	70	56	79	73	75	80	13
Чернівецька	44	67	62	75	91	87	79	15
Чернігівська	23	44	48	50	45	43	35	-8
м. Київ	91	156	119	177	157	147	165	14

Джерело: побудовано на основі даних Державної служби статистики України, 2018 р.

На початку 2000-х, коли офіційні статистичні дані свідчили про зменшення кількості готелів та зниження показників галузі в Україні, стрімко зростала кількість малих готелів та пансіонатів, сімейних готелів, хостелів тощо. Значна частина з них фактично діяла в тіньовому секторі економіки.

Структура закладів готельного господарства за даними Мінекономрозвитку загалом по Україні у 2018 році виглядає таким чином: 1703 готелі, 139 мотелів, 40 хостелів, 14 кемпінгів, 90 гуртожитків для приїжджих, 548 туристичних баз та інших місць для тимчасового розміщення [1; 2]. У регіональному розрізі ця структура є досить різнобічною (табл. 3).

Як бачимо з таблиці 3, є такі регіони, в яких станом на 2018 рік взагалі немає мотелів, хостелів, кемпінгів, гуртожитків для приїжджих і туристичних баз, гірських притулків, студентських літніх таборів та інших місць тимчасового перебування. Це насамперед депресивні області – Кіровоградська та Рівненська.

В Україні нараховується всього 14 кемпінгів, зокрема 6 в Херсонській області, 3 в Івано-Франківській та по одному у Волинській, Запорізькій, Миколаївській, Сумській та Черкаській областях. Усі інші 17 регіонів, в тому числі і м. Київ, не мають таких об'єктів. Це є проблемою, особливо для областей, які приймають доволі багато туристів.

Висока частка гуртожитків у структурі готельного господарства залишилася ще з часів Радянського Союзу. Половина з них, а особливо відомчі й студентські гуртожитки, мають застарілу матеріальну базу і вимагають значних капіталовкладень. Спостерігаються факти, коли гуртожиток реконструюють і він переходить до розряду готелів. Також в Україні дуже в геометричній прогресії з'являються хостели. Низька кількість мотелів та кемпінгів для України, яка є транзитною державою, також є проблемою.

**Структура готелів та аналогічних закладів розміщення
в регіонах України у 2018 р. (од.)**

Регіон	Готелі	Мотелі	Хостели	Кемпінги	Гуртожитки	Турбази, гірські притулки, літні табори та інші місця тимчасового перебування
Україна	1 703	139	40	14	90	548
Вінницька	50	0	0	0	2	8
Волинська	38	8	0	1	1	13
Дніпропетровська	90	4	2	0	10	32
Донецька	31	1	0	0	12	2
Житомирська	52	2	1	0	1	14
Закарпатська	149	11	4	0	1	46
Запорізька	53	0	0	1	4	56
І-Франківська	134	12	2	3	1	75
Київська	97	7	1	0	2	7
Кіровоградська	27	2	0	0	1	0
Луганська	17	1	1	0	2	2
Львівська	168	41	14	0	2	62
Миколаївська	54	2	1	1	1	15
Одеська	143	0	5	0	6	78
Полтавська	57	4	0	0	6	9
Рівненська	38	7	0	0	0	0
Сумська	30	1	0	1	3	2
Тернопільська	51	3	1	0	1	3
Харківська	79	4	0	0	7	18
Херсонська	37	1	0	6	3	45
Хмельницька	50	9	0	0	6	6
Черкаська	64	11	2	1	0	2
Чернівецька	49	7	0	0	0	23
Чернігівська	24	1	0	0	1	9
м. Київ	121	0	6	0	17	21

Джерело: побудовано на основі даних Державної служби статистики України, 2018 р.

Найбільша кількість номерів у 2018 р. в Україні загалом була зосереджена в готелях – 55062, що на 12,2% менше, ніж у 2012 р., та на туристичних базах, у гірських притулках, студентських літніх таборах, інших місцях для тимчасового перебування – 912 од., що на 45% менше, ніж у 2012 р. Найменша кількість номерів у кемпінгах – 280 од., однак тут також зафіксовано зниження на 42,7% порівняно з 2012 р. (табл. 4).

**Структура кількості номерів у готелях
та аналогічних засобах розміщення за типом закладу
(абсолютне відхилення у 2010/2018 рр., од.)**

Регіон	Готелі	Мотелі	Хостели	Кемпінги	Гуртожитки для приїжджих	Турбази, гірські притулки, літні табори та інші місця тимчасового перебування
Україна	-7589	453,7	488	-127	-732	-7614
Вінницька	291	-25,7	0	0	-3	-79
Волинська	208	75,8	0	0	-7	110
Дніпропетровська	-300	20,0	14	0	298	-100
Донецька	-2057	-92,9	-23	0	215	-288
Житомирська	234	32,5	6	0	1	32
Закарпатська	686	31,1	47	0	1	482
Запорізька	-442	-14,3	0	-16	-4	248
І-Франківська	76	29,4	14	29	-41	-674
Київська	910	51,6	21	0	-47	82
Кіровоградська	169	1,6	0	0	13	-57
Луганська	-745	6,0	9	-50	22	-275
Львівська	1676	234,3	116	6	2	238
Миколаївська	-9	14,7	8	0	-18	2
Одеська	572	0,0	43	-13	154	-35
Полтавська	179	4,6	0	0	-22	-66
Рівненська	23	75,3	0	3	0	-130
Сумська	-19	0,4	0	0	12	-65
Тернопільська	566	-2,2	17	-25	-78	-34
Харківська	375	-50,3	0	145	-74	73
Херсонська	-681	-10,1	-34	-7	-51	37
Хмельницька	259	59,0	0	-6	-1	-14
Черкаська	91	101,0	-6	0	-29	-106
Чернівецька	-132	-9,5	0	0	0	121
Чернігівська	166	10,0	0	0	-20	28
м. Київ	944	0,0	256	0	-754	11

Без урахування тимчасово окупованих територій АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення операції об'єднаних сил України.

Джерело: побудовано на основі даних Державної служби статистики України, 2018 р.

У регіональному розрізі у 2018 р. найбільшу кількість номерів у готелях мали м. Київ – 9292 од., Львівська область – 6832 од., замикає трійку Одеська область з номерним фондом у 4863 од. Порівняно з 2012 роком у 2018 році регіони зуміли не тільки зберегти, але й збільшити свій номерний фонд.

Найбільші втрати номерного фонду готелів за досліджуваний період зафіксовано в Донецькій (–2057 од.) та Луганській областях (–745 од.), що зумовлене воєнними діями та знищенням інфраструктури, у тому числі готельних об'єктів. Також зменшення спостерігається у Херсонській (–681 од.) та Запорізькій (–442 од.) областях.

Щодо мотелів, то за офіційними даними Мінекономрозвитку у 2018 р. у Вінницькій, Запорізькій і Одеській областях та м. Київ взагалі відсутні мотелі. У всіх інших регіонах кількість номерних фондів зафіксовано від 527 од. у Львівській до 6 од. у Луганській областях.

Для реального задоволення клієнтів костелами їх не вистачає. У 2018 році офіційно зареєстровані хостели у Дніпропетровській, Закарпатській, Івано-Франківській, Київській, Луганській, Львівській, Миколаївській, Одеській і Тернопільській областях та у м. Київ. Найбільший номерний фонд у м. Київ (256 од.), Львівській (116 од.) і Закарпатській (47 од.) областях.

Набагато гірша ситуація з кемпінгами. Найбільша кількість номерів є в Херсонській – 172 од., Запорізькій – 40 од., Івано-Франківській – 29 од., Волинській – 21 од. областях. У Миколаївській, Сумській та Черкаській областях номерний фонд займає по 6 од. Усі інші регіони не мають кемпінгів.

Гуртожитки для приїжджих є у всіх регіонах України, крім Рівненської, Черкаської та Чернівецької областей. Їх номерний фонд у 2018 р. становив від 615 од. у Дніпропетровській області до 7 од. у Миколаївській.

Туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщення мають місце в достатній кількості у всіх областях України, крім Кіровоградської та Рівненської.

Варто зазначити, що підприємства готельного господарства поступово перебудовувались з метою збільшення площі номерів, поліпшення їх планування та створення більш зручних та комфортних умов для проживання. Позитивним є те, що відбувалися якісні зрушення в бік розширення площі одного номера. Відповідно до вимог ринку в останні роки збільшується кількість одномісних номерів, номерів типу «люкс» та «напівлюкс». У сучасних новостворених готелях представлені переважно однокімнатні номери на одну – дві особи, які становлять 67% від загальної кількості всіх номерів, а також частково лише в першокласних готелях є дво- та чотирикімнатні номери (апартаменти).

У 2018 р. в Україні в готелях та аналогічних засобах розміщення налічувалось 2005 структурних підрозділів сфери послуг. Найбільшу частку в засобах колективного розміщення займали заклади громадського харчування (30%). Велику частку займають такі підрозділи сфери сервісу, як автостоянки (14%), пральні (12%) та сауни (лазні) (15%), плавальні басейни (7%), тренажерні зали (5%) та заклади торгівлі (5%). Найменша частка припадає на перукарні – 4% та тенісні корти 2%.

З-поміж усіх видів засобів розміщення готельного типу найбільше структурних підрозділів сфери послуг розташовано, власне, у готелях –

86,5%. 9,1% припадає на туристичні бази, гірські притулки, студентські табори, інші місця для тимчасового розміщення, 2,9% – мотелі, 1,3% – на гуртожитки для приїжджих, 0,05% – на хостели та 0,01 – на кемпінги. Така структура підрозділів сфери послуг, розташованих у готелях та аналогічних засобах розміщення, характерна для всіх регіонів України.

У 2018 р. середньооблікова кількість штатних працівників у готелях та аналогічних засобах розміщення становила 25190 осіб. Зростання спостерігалось у Львівській та Полтавській областях. Позицію лідера займало м. Київ – 21% зайнятих у готельєрстві.

Середньомісячна зарплата працівників готельного та ресторанного господарства у 2018 р. є меншою від аналогічного показника в Україні. У січні 2018 року середньомісячна зарплата працівників готельного господарства становила 7223 грн., а у грудні – 10380 грн. Натомість середньомісячна зарплата в Україні у січні 2018 р. становила – 7711 грн., а у грудні – 10573 грн. Середньомісячна заробітна плата для працівників готельного господарства протягом року щомісяця у середньому зростала як і в Україні в цілому [1]. У регіональному розрізі сума заробітної плати працівників готельного господарства була такого ж рівня, як і в середньому в Україні.

Важливим показником, що аналізує роботу готелів, є кількість прийнятих ними гостей. У 2018 р. загальна кількість осіб, що проживала у готелях та аналогічних засобах розміщення України, становила – 5037075 осіб, з яких 12,2% – іноземці. Переважна більшість подорожуючих (81,9%) була розміщена в готелях, 12,5% – туристичних базах, гірських притулках, студентських літніх таборах, інших місцях для тимчасового перебування, 3,2% осіб – у мотелях, а 2,4% – у гуртожитках для приїжджих [1].

На регіональному рівні найбільша частка розміщених осіб у готелях у Львівській області у 2012 р. – 8,5% до 14,9% у 2018 р., в Івано-Франківській області частка розміщених зросла з 3,8% до 6,1%, у Київській області – з 3,6% до 5,0%, в Одеській області – з 5,3% до 5,5% та в Закарпатській області – з 2,8% до 4,1%. Варто зазначити, що у цих регіонах кількість розміщених осіб у готелях з кожним досліджуваним роком тільки зростала. Дещо інша ситуація спостерігається у Дніпропетровській та Харківській областях, де з 2012 р. до 2016 р. спостерігається зростання, а вже у 2018 р. відбувається зниження кількості розміщених осіб. Усі інші регіони містять від 1,2% до 3,1%. Лідером є м. Київ, у якому в 2012 р. кількість поселених у готелях осіб становила 25,4%, у 2014 р. – 24,8%, у 2016 р. – 22,2% та в 2018 р. – 22,8%. Хоча тенденція має спадаючий характер, м. Київ залишається лідером з розміщення осіб у готелях.

Коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщення незначно відрізняється для готелів, аналогічних засобів та спеціалізованих засобів розміщення: 0,23 та 0,39 відповідно. Серед готелів та аналогічних засобів розміщення в лідерах за коефіцієнтом використання місткості гуртожитки для приїжджих (0,32), а не готелі (0,23). Найгірше використання місткості у хостелах, де відповідний коефіцієнт становить 0,20.

Щодо реалізації послуг, то за 2017 р. колективні засоби розміщення України реалізували власних послуг на суму 7336664,1 тис. грн., що на 1279521,8 тис. грн. (21%) більше, ніж у 2016 р. Доходи від послуг, наданих колективними засобами розміщення, розподілились таким чином: 61,8% отримали готелі та аналогічні засоби розміщення та 38,2% – спеціалізовані засоби розміщення.

Головним джерелом прибутку в готельній сфері є експлуатація номерного фонду готелів, яка повинна забезпечувати до 80% їх доходів. Однак в Україні частка виторгу від продажу номерів готелю не перевищує 70%, що пояснюється, насамперед, невисокою їх завантаженістю. У той же час певна частина прибутку (від 5% до 17%) отримується за рахунок закладів харчування при готелях. Частка інших додаткових послуг незначна. У 2017 р. доходів від продажу номерів (плата за проживання) готелі та аналогічні засоби розміщення отримали 70,6%, спеціалізовані засоби розміщення – 7,6 %, від реалізації путівок – 3,3% та 83,3%, від додаткових послуг – 26,1% та 9,1% доходів цього виду відповідно [2].

За даними Державної фіскальної служби України обсяг надходжень від сплати туристичного збору у 2018 р. становив 54,1 млн.грн., що на 45,7% більше, ніж у 2017 р. При цьому його обсяг у 2017 р. у порівнянні з 2016 р. зріс на 49,9% (табл. 5).

Таблиця 5

Надходження турзбору до місцевих бюджетів за 2014–2018 рр.(тис. грн.)

Регіон	2016 р	2017 р.	2018 р.	Частка, %	Приріст 2017/2018 рр.
1	2	3	4	5	6
Вінницька	181	210	310	0,6	↑ 48,1 %
Волинська	201	324	373	0,7	↑ 15,2 %
Дніпропетровська	877	1289	1750	3,2	↑ 35,7 %
Донецька	846	669	914	1,7	↑ 36,6 %
Житомирська	169	225	349	0,6	↑ 55,1 %
Закарпатська	930	1527	2199	4,1	↑ 44,0 %
Запорізька	1411	1565	2071	3,8	↑ 32,3 %
Івано-Франківська	947	1579	2293	4,2	↑ 45,3 %
Київська	682	863	1248	2,3	↑ 44,7 %
Кіровоградська	66	92	168	0,3	↑ 1,8 разу
Луганська	109	48	103	0,2	↑ 2,1 разу
Львівська	3570	5915	8419	15,6	↑ 42,3 %
Миколаївська	458	753	1155	2,1	↑ 53,4 %
Одеська	2725	4865	7336	13,6	↑ 50,8 %
Полтавська	313	449	717	1,3	↑ 59,7 %
Рівненська	127	170	267	0,5	↑ 56,6 %
Сумська	131	162	228	0,4	↑ 40,8 %
Тернопільська	129	161	240	0,4	↑ 48,7 %
Харківська	888	1082	1781	3,3	↑ 64,6 %

1	2	3	4	5	6
Херсонська	793	1075	1888	3,5	↑ 75,7 %
Хмельницька	208	303	466	0,9	↑ 53,7 %
Черкаська	271	311	410	0,8	↑ 31,7 %
Чернівецька	228	244	319	0,6	↑ 30,5 %
Чернігівська	155	208	312	0,6	↑ 50,1 %
м. Київ	5788	9779	14707	27,2	↑ 50,4 %
Центральний офіс	2022,6	3257,9	4073,6	7,5	↑ 25,0 %
Усього	24766,7	37126,1	54094,8	100	↑ 45,7 %

Джерело: побудовано на основі даних Державної служби статистики України, 2018 р.

До ТОП-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору, що надійшли до місцевих бюджетів у 2018 р. увійшли:

- м. Київ – 18,8 млн. грн. (34,7%),
- Львівська область – 8,4 млн. грн. (15,6%),
- Одеська область – 7,3 млн. грн. (13,6%),
- Івано-Франківська область – 2,3 млн. грн. (4,2%),
- Закарпатська область – 2,2 млн. грн. (4,1%).

До ТОП-5 за найбільшим зростанням обсягу туристичного збору до місцевих бюджетів у 2018 р. належать:

- м. Київ – на 4,9 млн. грн. (на 50,1%),
- Львівська область – на 2,5 млн. грн. (на 42,3%),
- Одеська область – на 2,5 млн. грн. (на 50,8%),
- Херсонська область – на 0,8 млн. грн. (на 75,7%),
- Івано-Франківська область – на 0,7 млн. грн. (на 45,3%).

2. Стратегія розвитку готельного господарства України

За результатами проведеного нами аналізу, зазначимо, що готельна сфера регіонів України в цілому має низку інших недоліків, серед яких:

- низький рівень професіоналізму в управлінні готелями;
- низька якість обслуговування, зумовлена низькою кваліфікацією персоналу на всіх кваліфікаційних рівнях;
- відсутність доступу до єдиної системи резервування готельних місць;
- відсутність чітких та якісно розроблених стандартів, які б використовувались при управлінні готелями;
- недостатня реклама (нестача англomовних сайтів, буклетів, вказівників, збірників інформації, каталогів тощо);
- низький рівень інфраструктури бізнесу й досить високі ціни;
- нестача інвестиційних ресурсів та відсутність потужних інвесторів;
- зношена матеріальна база, як наслідок – нестача інвестиційних ресурсів.

Виходячи з вищесказаного, виявимо основні стратегії розвитку готельного господарства України.

1. Продовження сертифікації та повторної сертифікації готелів. Оцінювання готелів на відповідність вимогам державних стандартів мають проводити органи сертифікації, які акредитовані для виконання робіт із сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання). Акредитацію має здійснювати Національне агентство з акредитації України. Раніше органи із сертифікації готелів призначалися Мінекономрозвитку для виконання в державній системі сертифікації УкрСЕПРО робіт із сертифікації. Функції уповноваженого органу з установлення категорій готелям виконує Мінекономрозвитку, яке створює комісію зі встановлення категорій готелям. Комісія приймає рішення про присвоєння категорії готелю після розгляду документів про результати її оцінювання. До складу комісії з питань оцінювання можуть залучатися фахівці готельного господарства та туризму, представники Мінекономрозвитку, інших відомств, а також управлінь (відділів) з питань туризму і курортів Мінкурортів АР Крим, обласних, Київської та Севастопольської держадміністрацій. До комісії більше не входитимуть аудитори із сертифікації [3].

2. Зміни в законодавстві. Процеси реєстрації, оформлення підприємств тимчасового розміщення повинні бути спрощені і зрозумілі з метою залучення зарубіжних інвестицій. Для розвитку готельного господарства України, підвищення попиту на ринку споживання готельних послуг, створення і входження на ринок малих готельних підприємств доцільним є розробка проекту Закону України про розвиток готельного господарства. Положення Закону мають визначити правові, економічні та організаційні засади створення і подальшого розвитку.

3. Впровадження новацій та інновацій. Якщо провідні готелі України, вводячи в роботу пластикові ключі та інтернет-бронювання вважають це за провідні інтелектуальні інновації, ми вважаємо, що це «вчорашній день» і готельєрам слід задуматись над тим, чого очікувати в цій сфері діяльності у 2050–2060 роках [4]. Можливі такі інновації як:

1) Готелі-трансформери. Це готелі, які можуть за потреб клієнта змінюватися у формі, дизайні згідно до потреб споживача за рахунок нанотехнологій, створені за рахунок краутсордингу. Такі готелі можуть з'явитися у 10–20 річній перспективі.

2) Готелі, які функціонують у часі. Відомо, що головною проблемою діяльності сучасних готелів є проблема сезонного попиту на їх послуги. В майбутньому можливо буде не тільки вкладати інвестиції у діючий готель, але й у той, що діє в певний термін часу. Також можна буде обрати місце розташування готелю, його дизайн, обираючи спеціальний інтернет-додаток. Ідея такого «PopUp» готелю, яка набере певну кількість голосів-замовлень, буде відправлена до системи та реалізована за допомогою 3D-принтерів та передових нанотехнологій. Термін існування такого готелю буде обмеженим, а для розрахунків буде використовуватися цифрова криптовалюта типу біткоїнів.

3) Екоготелі нового покоління. Багато готелів сьогодні звертають увагу на енергозбереження та екологічну безпеку. Але в майбутньому більша

частина з них буде намагатися стати цілком енерго- та екоавтономними, купуючи та реалізуючи енергію з глобального джерела оновлюваної енергії – сонячної, геотермальної тощо. Слід вважати, що при бронюванні послуг, глобальні системи бронювання будуть видавати певні віртуальні гроші, які потім будуть використовуватися власниками готелів для покращення власних систем енергозбереження та охорони навколишнього середовища.

4) Готелі додаткової віртуальної реальності. В цих готелях клієнт зможе отримати додаткову послугу віртуального зразка. Це може бути пов'язано як зі змінами декору та інтер'єру, так і з наданням певних віртуальних послуг. Наприклад, подорожі пустелею, недоступною льодовиковою територією, не виходячи з номера готелю. Клієнти будуть замовляти віртуальні змагання типу «Гри Престолів», чи «CallofDuty». Особливо це важливо з постійною нестачею вільного часу.

5) Особистий аватар клієнта. Бронювання номера в готелі буде здійснюватися особистим аватаром клієнта. Аватар буде грати роль цифрового програмного агента. Він буде виконувати усі побажання, які пов'язані з подорожжю та заселенням в готель. Буде діяти аватар як Siri от Apple чи як Alexa від Amazon – при запиті власника він буде шукати, пропонувати, обирати – надавати певні реальні поради. Між собою аватари будуть поєднані в систему, вести переговори тощо.

6) Новий вид трансферу з аеропортів: капсули, аеропотяги-капсули, летальні машини. Трансфер має стати більш високотехнологічним, та таким, що майже не залежить від інших видів транспорту та засобів пересування.

7) Працівники готелів-роботи. Саме вони зможуть довести обслуговування до максимальної якості (їх клієнт не бачить, а діяльність здійснюється дуже ефективно).

8) 3D-принтери в кожному номері. 3D-принтери змінять логіку подорожі. Вони будуть створювати нові речі, які необхідні гостю в реальному часі – ліки, одяг, автономні мобільні гарнітури і т.д. Ця послуга буде обов'язковою для готелів, які надають високу якість обслуговування («зірковість»).

9) Прилади типу «нейросон». Ліжка будуть обладнані приладами, за допомогою яких клієнт зможе обирати сни, роблячи їх розслаблюючими, чи навчальними – дослідження космосу, романтичні та туристичні пригоди.

10) Оздоровчі СПА-салони. Такі заклади будуть здійснювати свою діяльність на основі ДНК людини і будуть націлені на продовження людського життя. В таких СПА-салонах будуть використовуватися новітні досягнення науки та техніки, лікування на основі медичної генетики тощо. Однак усі існуючі сьогодні процедури на майбутнє також будуть мати місце.

11) Мобільні розрахунки, засновані на ДНК. Для бронювання та застелення гостей в готель, необхідним буде лише ДНК-відбиток для підтвердження особистості клієнта. Черги залишається в минулому.

12) Генетика в закладах харчування при готелях. Їжу будуть готувати, попередньо знаючи ДНК гостя. Вже перед прибуттям буде складено персональне меню на основі знань генетики людини.

13) Голографічний спорт в готелі. Клієнт буде мати можливість, знаходячись в номері, брати участь у спортивних змаганнях, чи спостерігати за ними в онлайн-режимі.

14) Інтернет готельних речей – гіперпідключеність. У кожного предмета інтер'єра готелю буде свій код та інтернет-адреса, що дозволить клієнту покращити якість перебування в готелі, роблячи її безпечною.

Підводячи підсумки вищесказаному, у деяких експертів з готельної справи може скластися думка про нереальність таких інновацій, чи можливість їх впровадження в дуже далекому майбутньому. Але слід пам'ятати, що науково-технічний прогрес рухається у геометричній прогресії і процес впровадження інновацій в готельну справу неминучий.

4. Збільшення кількості готелів 2, 3-х «зірок».

5. Пріоритет на збільшенні кількості малих готелів.

6. З урахуванням проблемної ситуації, яка склалася з АР Крим та східною Україною, потужний розвиток готельної індустрії на півдні України – в Херсонській, Миколаївській та Одеській областях.

7. Підготовки кадрів для готельної справи буде відбуватися на основі новітніх технологій та інновацій.

8. Співпраця готелів та туристичного бізнесу – туроператорів, турагентів, екскурсійних бюро, транспортних компаній буде щороку посилюватись з метою залучення туристів.

7. Відповідність якості послуг і ціни має контролюватись власниками готелів, відповідними державними органами влади, громадськими організаціями тощо.

8. Механізм організації готельного обслуговування у вітчизняних готелях має бути спрямований на усунення бюрократичних бар'єрів управління, активізацію творчого, організаторського, професійного, інтелектуального і людського потенціалу персоналу, збільшення його відповідальності за кінцевий результат.

9. Створення готельних операторів [5]. Під поняттям «готельний оператор» ми розуміємо «компанію готельного маркетингу, завданням якої є здійснення фокусного управління конкретним готелем чи готелями з метою підвищення його(їх) конкурентоспроможності та отримання від цієї діяльності прибутку» (авт. – А.І.).

Сьогодні в Європі, кількість готелів, об'єднаних оператором, зросла до 25% від загальної кількості. Найбільш відомі – Warwick International Hotels, Accor Hotels, Kempinski, Meliá Hotels International, Concorde Hotels & Resorts, Dorint Hotels & Resorts та інші. На сьогодні в Україні функціонують 10 готельних операторів, які охопили територіально всю Україну (деякі з них знаходяться в межах окупованих територій сходу України та АР Крим).

Як і туроператори, готельні оператори в залежності від розташування оператора і клієнта слід розділяти на регіональні та міждержавні.

Регіональний готельний оператор – це компанія готельного маркетингу, завданням якої є здійснення фокусного управління конкретним готелем чи готелями з метою підвищення його(їх) конкурентоспроможності та отримання від цієї діяльності прибутку розташовані на певній території, яка є меншою, ніж територія держави і об'єднані різними за сферами діяльності підприємствами.

До головних переваг готельного оператора належать:

- високий рівень якості надання послуг;
- високий рівень підготовки персоналу та чітка структура управління ним, якісний та швидкий підбір кадрів незалежно від країн і проживання працівника;
- надійність завдяки відомості та безперечній історії функціонування;
- високий рівень довіри інвесторів;
- знання про ефективність функціонування та прибутковість;
- можливість впровадження новацій та інновацій в діяльність готелів.

З урахуванням того факту, що діяльність готельних операторів для українського готельного бізнесу майже невідома, з'ясуємо можливі варіанти їх діяльності в Україні.

Варіант перший: поява власних українських готельних операторів.

Варіант другий: прихід до України відомих іноземних компаній.

Поява власних українських готельних операторів в близькому часі в Україні майже неможлива. Це пояснюється наступними факторами:

1. Невідповідність кваліфікації кадрів щодо репутації мережі.
2. Слабка і застаріла нормативно-правова база з готельної справи.
3. Бюрократична система ведення бізнесу в Україні.
4. Невідповідність багатьох готелів міжнародним стандартам.
5. Недостатня кількість готелів високої «зірковості» на обмеженій території. Наприклад, станом на 01.01.2019 рік на півдні України офіційно сертифіковані на п'ять зірок 12 готелів, з яких усі 12 розташовані в м. Одеса, а у південних обласних центрах – м. Миколаїв та м. Херсон взагалі відсутні. А у створенні готельного оператора у переважній більшості зацікавлені саме готелі 4–5 «зірок».

Другий варіант – прихід до України відомих іноземних компаній реальний завдяки таким факторам:

1. Іноземні готельні оператори володіють досвідом у веденні бізнесу.
2. Постійно розширюють географію діяльності для зміцнення позицій на ринку.
3. Мінімізація ризиків для вітчизняних готельєрів.
4. Високий рівень довіри українського споживача готельних послуг.
5. Впровадження інновацій в готельний бізнес держави.
6. Високий рівень підготовки персоналу та база знань про управління готельним бізнесом.
7. Впровадження в діяльність готелів соціальних інновацій [6].
8. Ефективне залучення інвестицій у створення нових готельних підприємств, які мають бути унікальними за наданням послуг та специфічні

з точки зору їх розміщення та переобладнання вже існуючих. Це є дуже актуальним, оскільки станом на початок 2019 р. в готельній сфері України реалізується лише один іноземний інвестиційний проект «Сервіс TripMyDream», який визнано найкращим проектом світу на міжнародному конкурсі Seedstars World (допомога у знаходженні та придбанні вигідних пропозицій щодо перельоту і проживання в будь-якій точці світу під заданий бюджет).

Висновки. Реформування економіки України на користь галузей невиробничої сфери обумовлює необхідність наукового обґрунтування стратегії розвитку підприємств готельного господарства.

Подальший розвиток підприємств готельного господарства повинен визначатися через призму спроможності їх адаптації до вимог зовнішнього середовища. Тому головним змістом формування стратегії розвитку готельного господарства є визначення перспективних напрямів господарської діяльності на основі постійного моніторингу підприємницького середовища, органічного оволодіння стратегічним мисленням і методами управління, розрахованими на перспективу.

Тенденції розвитку підприємств готельного господарства характеризуються подальшим зростанням сегменту з ознаками прирісного формату господарської діяльності. Водночас важливою детермінантою подальшого розвитку стає набуття підприємствами готельного господарства ознак інноваційного формату господарської діяльності.

Статегічними шляхами розвитку готельного господарства слід вважати: продовження сертифікації та повторної сертифікації готелів на умовах єдиного загальнодержавного способу проведення сертифікації; зміни в законодавстві. Процеси реєстрації, оформлення підприємств тимчасового розміщення повинні бути спрощені і зрозумілі з метою залучення зарубіжних інвестицій; впровадження новацій та інновацій; збільшення кількості готелів 2, 3-х «зірок»; збільшення кількості малих готелів; потужний розвиток готельної індустрії на півдні України – в Херсонській, Миколаївській та Одеській областях; проведення підготовки кадрів для готельного бізнесу на основі новітніх технологій та інновацій; співпраця готелів та туристичного бізнесу; відповідність якості послуг і ціни; створення готельних операторів; залучення інвестицій в створення нових готелів, чи переобладнання вже існуючих шляхом залучення власних коштів, кредитів, крауфандингу, участі в конкурсах, венчурного фінансування, створення бізнес-інкубаторів та програм акселерації тощо.

Список використаних джерел:

1. Статистичний щорічник України 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Новини турбізнесу в Україні та світі. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/tourism>
3. Бойко, М. Г. Формування стратегії розвитку підприємств готельного господарства [Текст]: автореф. дис... канд. екон. наук / М.Г. Бойко; КНТЕУ. К.: [б. в.], 2003. 20 с.
4. Іванов А.М. Перспективи впровадження високотехнологічних інновацій в готельному господарстві світу / А.М. Іванов // Матеріали II Міжнародної н.-п.

конференції «Актуальні проблеми використання потенціалу економіки країни: світовий досвід та вітчизняні реалії», Дніпро: ПДАБтаА, 2018. С. 27–29.

5. Іванов А.М. Створення готельного оператора як важлива умова розвитку готельного бізнесу в Україні / А.М. Іванов // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Науки: економіка, політологія, історія. 2019. № 1 (264). С. 73–85.

6. Іванов А.М. Соціальні інновації як складова діяльності підприємств готельного господарства / А.М. Іванов // Матеріали круглого столу та студентської н-п конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», Одеса: ОНЕУ, 2018 [Електронний доступ: dspace.oneu.ua/jsruui/handle/123456789/7204]. С. 32–35.

Кабаченко Д.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства
Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»*

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація

Робота присвячена розробленню та обґрунтуванню теоретичних і методичних підходів до управління інноваційними проектами на підприємстві. Особливу увагу приділено створенню ефективного в сучасних економічних умовах механізму оцінки ефективності інноваційних проектів та його подальшому впровадженню на промислових підприємствах.

Актуальність теми роботи обумовлена постійно зростаючою конкуренцією між підприємствами та необхідністю впровадження діючого механізму оцінки ефективності інноваційних проектів на підприємстві для забезпечення ефективності його функціонування в сучасних економічних умовах господарювання.

У роботі проаналізовано основні методи, які найчастіше використовуються для оцінки економічної ефективності проектів, визначено їх сутність, виділено переваги та недоліки їх практичного використання.

Доведено, що механізм оцінки ефективності інноваційних проектів на підприємстві повинен включати моніторинг процесів управління інноваційним проектом та оцінку економічної ефективності впровадження інноваційних проектів в умовах діючого підприємства.

У роботі визначено зміст категорії «ризик» в інноваційній діяльності, приведено класифікацію об'єктивних та суб'єктивних ризиків інноваційного проекту. Розглянуті основні методи якісного та кількісного аналізу ризиків, здійснено систематизацію методів управління ризиками, обґрунтовано їх склад та ефективність впровадження на підприємстві

Автором роботи проведено оцінку економічної ефективності інноваційного проекту за допомогою методів дисконтування: індексу рентабельності (PI), чистого дисконтованого доходу (NPV), внутрішньої норми прибутковості (IRR), дисконтованого терміну окупності (DPP).

У роботі виконано аналіз чутливості чистого дисконтованого доходу до зміни найбільш ризикованих чинників, до яких належать: підвищення ціни на енергоносії, підвищення витрат на вихідну сировину; зниження обсягу продажів продукції, збільшення витрат на оплату праці, підвищення ставки податку на прибуток.

Автором за результатами дослідження удосконалено методичний підхід до оцінки ефективності інноваційних проектів на підприємстві за допомогою методів дисконтування грошових потоків, який відрізняється від існуючих урахуванням фактору чутливості чистого дисконтованого доходу до зміни найбільш ризикованих чинників, якими є: підвищення ціни на енергоносії, підвищення витрат на вихідну сировину, зниження обсягу продажів, збільшення витрат на оплату праці, підвищення ставки податку на прибуток шляхом їх рейтингової оцінки за фактором еластичності.

У роботі науково обґрунтовано склад та ефективність впровадження на підприємстві методів управління ризиками, виконано аналіз чутливості чистого дисконтованого доходу до зміни найбільш ризикованих чинників як елементу організаційного механізму управління підприємством, за допомогою динамічних методів визначено економічні показники ефективності впровадження запропонованого інноваційного проекту на діючому промисловому підприємстві.

Вступ. Проблема прискорення економічного розвитку на інноваційній основі є надзвичайно актуальною в Україні. В умовах ринкових відносин інноваційна діяльність є найбільш прогресивною формою підприємництва, мета якого – максимальне задоволення потреб суспільства.

Урахування стратегічних завдань, загальнодержавного ефекту від створення і використання інновацій, їх впливу на загальний розвиток економіки країни є важливим при виборі пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, що підтримуються державою та визначені діючими нормативно-правовими актами, а саме: Законами України «Про інноваційну діяльність» [1], «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [2] та ін.

Оцінка ефективності інноваційних проектів на основі науково-технічних, економічних, соціальних, екологічних чинників є неодмінною передумовою їх подальшого впровадження на підприємстві [15].

Парадигма інноваційного розвитку знайшла відображення у теорії інтелектуальної технології Ф. Хайєка [24], теорії інноваційної економіки і підприємницького суспільства П. Друкера [26], техніко-економічній концепції Й. Шумпетера [25], наукових працях М. Портера [20], дослідженнях Б. Санто [21] та інших вчених.

Теоретичне підґрунтя інноваційного менеджменту закладене у працях українських науковців О.І. Амоші, Ю.М. Бажала, В.О. Василенка,

О.І. Волкова, М.П. Денисенка, Т.Г. Дудар, С.М. Ілляшенка, М.А. Йохни, С.В. Князь, О.Є. Кузьміна, А.Я. Кузнецова, В.В. Мельниченко, В.В. Стаднік, Н.В. Тувакова, В.Г. Шматька [4; 6; 8; 9; 11; 12; 13; 19] та інших учених.

Підходи щодо визначення ефективності розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств знайшли обґрунтування у роботах В.І. Аверченко, Н.Б. Акуленка, В.М. Аньшина, А.А. Бовіна, Е.Е. Ваїнмаєра, О.В. Девяткіна, І.В. Журавкової, Г.М. Корженевської, В.І. Костевко, Е.І. Крилова, Р.А. Фатхутдінова, В.Г. Федоренка [3; 5; 7; 10; 16; 17; 18; 22; 23] та інших науковців.

Однак невирішеною проблемою залишається створення ефективного у сучасних ринкових умовах господарювання механізму оцінки ефективності інноваційних проектів та його впровадження на промислових підприємствах.

Механізм оцінки ефективності інноваційних проектів на підприємстві повинен включати моніторинг процесів управління інноваційним проектом та оцінку економічної ефективності впровадження інноваційних проектів в умовах діючого підприємства.

1. Характеристика сучасних методів оцінки економічної ефективності інноваційних проектів

Розглянемо основні методи оцінки ефективності інноваційних проектів, а також проаналізуємо їх сильні і слабкі сторони. Слід виділити дві групи методів, які найчастіше використовуються у процесі оцінки економічної ефективності інноваційних проектів – це облікові (статичні) і дисконтовані (динамічні) методи оцінки ефективності проектів [9].

1.1. Облікові (статичні) методи оцінки ефективності (PP, ARR)

Облікові методи оцінки належать до числа найбільш відомих і широко використовуваних методів оцінки інвестицій ще до того, як концепція дисконтування грошових потоків придбала загальне визнання. Так, методами оцінки ефективності проекту, заснованими на облікових оцінках (без дисконтування), є період окупності (payback period, PP) і коефіцієнт ефективності інвестицій (average rate of return, ARR).

Простий термін окупності інвестицій (PP).

Простим терміном окупності інвестицій (payback period) є період від початку реалізації до окупності вкладень. Суть методу полягає в обчисленні того періоду, при якому грошові надходження порівнюються з сумою початкових інвестицій.

$$PP = \frac{K_0}{CF_{cr}}, \quad (1)$$

де PP – строк окупності інвестицій (років);

K_0 – початкові інвестиції;

CF_{cr} – середньорічна вартість чистих грошових надходжень від реалізації інвестиційного проекту.

Проекти, у яких термін окупності менше, ніж заявлений інвесторами, приймаються; з великим терміном окупності – відкидаються; при порівнянні проектів необхідно приймати проект з найменшим строком окупності. Даний показник дозволяє розрахувати, за який час буде отримано чистий прибуток, який за сумою буде дорівнювати величині авансованого капіталу.

Однак, простий термін окупності інвестицій має ряд істотних недоліків. Він не бере в розрахунок вартість грошей у часі і не припускає дисконтування, отже, не враховує розподілу доходів по роках, таким чином, він буде використовуватися тільки для проектів у короткостроковому періоді.

Коефіцієнт ефективності інвестицій (ARR).

Метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій – accounting rate of return (ARR) – передбачає дисконтування грошових потоків і дорівнює відношенню середньорічного очікуваного чистого прибутку до середньорічного обсягу інвестицій. Річний чистий прибуток визначається як різниця між грошовим потоком цього року і сумою річних амортизаційних відрахувань, асоційованих з даним проектом.

Середньорічний чистий прибуток визначається як частка відділення різниці між доходами та витратами, асоційованими з даним проектом, на передбачуваний термін капіталовкладень. Прибуток у даному випадку повинен бути зменшеним на суму відрахувань до бюджету. Якщо амортизація нараховується лінійно, то вартість інвестицій буде зменшуватися рівномірно з плином часу.

Середня вартість інвестицій при цьому буде дорівнювати половині суми початкових інвестиційних витрат, збільшеної на половину ліквідаційної вартості. Якщо передбачається, що після закінчення терміну реалізації аналізованого проекту всі капітальні витрати будуть списані, то середня вартість інвестицій буде відповідати половині суми початкових інвестиційних витрат.

З урахуванням цих умов проста ставка прибутковості модифікується у показник, званий коефіцієнтом ефективності інвестицій ARR:

$$ARR = \frac{PN}{\frac{1}{2}(IC - RV)}, \quad (2)$$

де PN – середньорічний чистий прибуток;

IC – початкові інвестиції;

RV – ліквідаційна вартість проекту (залишкова).

Впроваджується той проект, у якого облікова прибутковість вища. При цьому йде її зіставлення з ринковою ставкою відсотка, щоб оцінити, наскільки ці інвестиції дають кращий чи гірший результат у порівнянні з іншими вкладеннями капіталу.

Загальним недоліком облікових методів оцінки ефективності інноваційних проектів є те, що вони не враховують ряд факторів, таких як інфляція, розподіл грошових потоків у часі та ризики. Більш того, дані

методи засновані на облікових оцінках прибутку, які умовні і залежать від обраної політики компанії. Тому для оцінки ефективності інноваційних проектів ці методи не завжди застосовні. Однак вони важливі для відбраковування явно неефективних проектів. Відрізняються простотою у розрахунках. Як вказується у деяких джерелах, облікові методи застосовують для оцінки проектів невеликих фірм, які не здійснюють великі й довгострокові інноваційні проекти.

1.2. Динамічні (дисконтовані) методи оцінки ефективності (NPV, PI, IRR, DPP)

Динамічні методи оцінки ефективності інноваційних проектів засновані на моделі дисконтованого грошового потоку DCF (Discounted Cash Flows). Дисконтування являє собою приведення вартості грошового потоку (CF, cash flow) проекту у різний час на конкретний період часу. Це можна зробити за допомогою ставки дисконтування (RD). Сенс моделі DCF полягає у тому, що гроші втрачають свою купівельну спроможність, тобто гроші у майбутньому періоді дешевше, ніж у теперішньому періоді.

Оцінка за допомогою дисконтованих методів оцінки більш точна, так як враховуються різні види інфляції, зміни процентної ставки, норми прибутковості тощо. До цих показників відносять метод індексу рентабельності (PI), чисту приведену вартість або чистий дисконтований дохід (NPV), внутрішню норму (ставку) прибутковості (IRR), дисконтований термін окупності (DPP).

Чистий дисконтований дохід (NPV).

NPV являє собою суму грошових потоків, пов'язаних з інноваційним проектом, наведену по фактору часу до моменту оцінки, і розраховується за формулою:

$$NPV = -I_0 + \frac{CF_1}{1+RD} + \frac{CF_2}{(1+RD)^2} + \dots + \frac{CF_j}{(1+RD)^j} + \frac{CF_n}{(1+RD)^n}, \quad (3)$$

де CF_j – грошовий потік, приведений до j – го моменту (інтервалу) часу;

I_0 – обсяг початкових інвестицій;

RD – ставка дисконту;

n – термін реалізації проекту.

У якості ставки дисконту RD використовується необхідний рівень прибутковості, який визначається з урахуванням ризику. Якщо $NPV > 0$, то це означає, що: ефект від проекту становить позитивну величину; проект має дохідність вищу, ніж ставка дисконту RD , потрібна на ринку капіталів від інвестицій з таким рівнем ризику.

Якщо $NPV < 0$, то це означає, що задана норма прибутку не забезпечується, і проект є збитковим. При $NPV = 0$ проект тільки окупає затрати, але не приносить доходу.

Однак коректне використання NPV-методу можливо тільки за дотримання низки умов:

1. Обсяг грошових потоків у межах інвестиційного проекту має бути оцінений для всього планового періоду і прив'язаний до певних тимчасових інтервалів.

2. Грошові потоки у межах інвестиційного проекту повинні розглядатися ізольовано від решти виробничої діяльності підприємства, тобто характеризувати тільки платежі і надходження, безпосередньо пов'язані з реалізацією даного проекту.

3. Принцип дисконтування, що застосовується при розрахунку чистого приведенного доходу, з економічного погляду передбачає можливість необмеженого залучення та вкладення фінансових коштів за розглянутою єдиною ставкою дисконту (що ні відповідає реальній дійсності).

4. Використання методу для порівняння ефективності декількох проектів передбачає використання єдиної для всіх проектів ставки дисконту та єдиного часового інтервалу (що визначається, зазвичай, як найбільший термін реалізації з наявних).

Під час розрахунку NPV, як правило, використовується постійна ставка дисконтування, однак залежно від обставин (наприклад, очікується зміна рівня процентних ставок) ставка дисконтування може диференціюватися по роках. Якщо під час розрахунків застосовуються різні ставки дисконтування, то проект, прийнятний при постійній ставці дисконтування, може стати неприйнятним.

Будучи абсолютним показником, NPV має найважливішою властивістю – властивість адитивності, тобто NPV різних проектів можна підсумовувати. До числа інших найважливіших властивостей цього критерію слід віднести більш реалістичні припущення про ставку реінвестування вступників коштів (у методі NPV неявно передбачається, що кошти, що надходять від реалізації проекту, реінвестуються по заданій нормі дисконту RD).

Використання критерію NPV теоретично обґрунтоване, і в цілому він вважається найбільш коректним вимірником ефективності інвестицій. Разом з тим, він має низку недоліків:

1. NPV не є абсолютно правильним критерієм при виборі між проектом з більшою чистою справжньою вартістю і тривалим періодом окупності і проектом з меншою чистою справжньою вартістю і коротким періодом окупності. Інакше кажучи, метод NPV не дозволяє судити про поріг рентабельності і запас фінансової міцності проекту.

2. Метод розрахунку NPV враховує тільки явні грошові потоки та не враховує вплив змін вартості нерухомості, основних засобів та сировини на чисту дійсну вартість проекту.

3. Використання NPV ускладнюється труднощами прогнозування ставки дисконтування (середньозваженої вартості капіталу) і / або ставки банківського відсотка.

4. Ставка дисконту звичайно приймається незмінною для всього горизонту обліку. Однак, у майбутньому вона може змінюватися у зв'язку зі зміною економічних умов.

Індекс рентабельності проекту (PI).

Індекс рентабельності відображає, яка кількість одиниць поточного обсягу грошового потоку припадає на одиницю очікуваних початкових витрат. Показник PI можна розрахувати за такою формулою:

$$PI = \sum_n \frac{CF_n}{(1 + RD)^n} / I_0 \quad (4)$$

де CF_n – грошовий потік, приведений до n – го моменту (інтервалу) часу;

RD – ставка дисконту;

n – термін реалізації проекту

I_0 – обсяг початкових інвестицій;

Якщо індекс рентабельності проекту перевищує одиницю, то поточний грошовий потік більше початкових інвестицій, а це, в свою чергу, забезпечує позитивну величину NPV, таким чином, проект приймаємо.

Якщо $PI < 1$, проект відкидається.

У разі $PI = 1$, інвестиції не приносять доходу, – проект ні рентабельний, ні збитковий.

Отже, показник PI показує, наскільки ефективні вкладення; саме цей критерій є самим кращим у разі, коли потрібно упорядкувати самостійні інноваційні проекти для формування оптимального портфеля.

Цей метод зручний під час вибору проекту з альтернативних.

Одним з основних недоліків індексу рентабельності є чутливість до масштабу проекту. Цей показник не завжди дає однозначну оцінку ефективності фінансових вкладень, і проект з найвищим індексом може не відповідати проекту з високим значенням NPV. У зв'язку з тим, що даний показник не оцінює коректно взаємовиключні інноваційні проекти, він застосовується як додаток до методу NPV.

Внутрішня норма прибутковості інвестицій (IRR).

Внутрішня норма прибутковості – це ставка дисконтування RD , при якій $NPV = 0$.

Таким чином, IRR визначається за формулою:

$$IRR = RD_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} * (RD_2 - RD_1) \quad (5)$$

Алгоритм рішення такий:

1) беремо дві ставки дисконту (RD_1 та RD_2 підібрану випадково), причому $RD_1 < RD_2$;

2) потім, використовуючи значення ставок, обчислюємо NPV_1 та NPV_2 .

Сенс розрахунку даного коефіцієнта при оцінці ефективності полягає в тому, що IRR показує найбільший допустимий відносний рівень витрат, які можуть бути пов'язані з інноваційним проектом. Наприклад, якщо джерелами коштів проекту були позички комерційного банку, то значення IRR показує верхню межу допустимого рівня банківської процентної ставки.

Якщо $IRR < R$, тобто прибутковість проекту менше, ніж необхідна інвесторами проекту ставка доходу на вкладений капітал, то проект відкидається.

На відміну від NPV, що вимірює абсолютну величину доходу, IRR показує прибуток на 1-цю вкладеного капіталу.

Переваги методу:

1. Порівняння IRR з «ціною» кредиту дає можливість визначити доцільність залучення позикових коштів.
2. Дозволяє знайти граничне значення ставки дисконту, що розділяє інвестиції на прийнятні й не вигідні, а також ранжувати проекти за ступенем вигідності при тотожності основних вихідних параметрів.
3. Служить індикатором рівня ризику по проекту: чим більшою мірою IRR перевищує прийнятий рівень окупності, тим більше запас міцності проекту.

Недоліки критерію IRR:

1. Можливість існування кількох значень IRR. У загальному випадку, якщо аналізується єдиний або кілька незалежних проектів з ординарним грошовим потоком, коли після початкових витрат слідує приток грошових коштів, застосування критерію IRR завжди приводить до тих же результатів, що і NPV. Але у випадку чергування притоку грошових коштів з відтоками, для одного проекту можуть існувати кілька значень IRR.
2. IRR сильно чутливий до структури потоку платежів і не завжди дозволяє однозначно оцінити взаємовиключні проекти.
3. Неадитивний, характеризує тільки конкретний проект, складно використовувати для оцінки інвестиційного портфеля.
4. IRR припускає, що ставка дисконтування буде постійною протягом усього терміну реалізації інвестицій.

Дисконтований термін окупності інвестицій (DPP).

Ряд економістів при розрахунку показника терміну окупності інвестицій (PP) рекомендують враховувати часовий аспект. У даному випадку у розрахунок грошові потоки дисконтуються за показником WACC (середньозважена вартість капіталу). Отже, визначається момент, коли дисконтовані грошові потоки доходів зіставляються з дисконтованими грошовими потоками витрат.

Для розрахунку DPP застосовується наступна формула:

$$DPP = \min n, \text{ при якому } \sum_{n=1}^n CF_n \frac{1}{(1 + RD)^n} \geq IC \quad (6)$$

Перевагою методу дисконтування терміну окупності є те, що він бере в облік тимчасову вартість грошей і можливість реінвестування доходів. Недоліком даного методу є те, що він не враховує грошові потоки після закінчення терміну окупності проекту.

Висновки за параграфом 1. Виходячи з викладеного вище, можна дійти таких висновків:

1. Є дві групи методів, які найчастіше використовуються у процесі оцінки економічної ефективності проектів: облікові методи (статичні) та дисконтовані (динамічні).

2. Статичними методами оцінки ефективності інноваційних проектів є методи розрахунку періоду окупності (payback period, PP) і коефіцієнту ефективності інвестицій (average rate of return, ARR). Ці методи засновані на облікових оцінках (без дисконтування). Вони відрізняються простотою в розрахунках та застосовуються для оцінки проектів невеликих фірм, які не впроваджують довгострокові інноваційні проекти. Загальним недоліком облікових методів оцінки ефективності інноваційних проектів є те, що вони не враховують ряд факторів, таких як інфляція, розподіл грошових потоків у часі та ризику.

3. Динамічними методами оцінки ефективності інноваційних проектів є метод розрахунку індексу рентабельності (profitability index, PI), чистої приведеної вартості або чистого дисконтованого доходу (net present value, NPV), внутрішньої норми (ставки) прибутковості (internal rate of return, IRR), дисконтованого терміну окупності (DPP). Всі ці методи засновані на моделі дисконтованого грошового потоку. Оцінка за допомогою дисконтованих методів оцінки більш точна порівняно з використанням облікових методів, так як враховуються різні види інфляції, зміни процентної ставки, норми прибутковості. Але дані методи також мають ряд недоліків, а саме:

- дисконтовані методи враховують тільки відчутні, матеріальні чинники та ігнорують нематеріальні: майбутні конкурентні переваги, потенційні можливості і гнучкість в управлінні;
- оскільки динамічні методи зосереджуються виключно на майбутніх грошових потоках, вони ігнорують зовнішні фактори, що впливають на вартість компанії, наприклад, співвідношення ціни акції і доходу;
- у цих методах не враховується вартість активів та інших внутрішніх факторів, здатних знизити або підвищити вартість компанії;
- неточною є оцінка проектів з великим терміном реалізації, адже на пізніх етапах у процесі дисконтування грошові потоки майже повністю знецінюються, що неможливо в реальному житті.

2. Аналіз ризиків як фактор підвищення ефективності управління інноваційними проектами

2.1. Загальна класифікація ризиків інноваційного проекту

Одним з основних факторів підвищення ефективності управління інноваційними проектами є визначення ризиків, що виникають у процесі здійснення інноваційної діяльності. Інноваційні проекти, на відміну від інвестиційних, мають більшу кількість ризиків, бо включають етапи науково-технічних розробок і дослідно-конструкторських робіт.

У загальному вигляді ризик в інноваційній діяльності можна визначити як імовірність втрат, що виникають при вкладенні організацією засобів у виробництво нових товарів і послуг, у розробку нової техніки і технологій, які, можливо, не знайдуть очікуваного попиту на ринку, а також при

вкладенні коштів у розробку управлінських інновацій, які не принесуть очікуваного ефекту [3].

Характеристики ризиків змінюються протягом усіх стадій життєвого циклу інноваційного проекту: від вибору його ідеї до безпосередньої розробки та впровадження. Тому керівництву підприємства для ефективного управління ризиками необхідно здійснювати постійний моніторинг процесів впровадження та управління інноваційним проектом з метою своєчасного виявлення та зниження ймовірності виникнення збитків [14].

Першим кроком у проведенні аналізу проектних ризиків є чітке визначення всіх можливих ризиків проекту. За своєю природою ризики інноваційного проекту можна поділити на об'єктивні та суб'єктивні [12].

Об'єктивні ризики є зовнішніми та некерованими, їх характеристики не залежать від діяльності підприємства-новатора. Ці ризики поділяються на ризики, що викликані впливом факторів макро- та мікросередовища підприємства.

До ризиків, що викликані впливом факторів макросередовища, відносяться: економічні ризики (валютний, інфляційний (дефляційний), ринковий (галузевий), ресурсний, страховий, зовнішньоекономічний); політико-правові ризики (кредитно-фінансовий, податковий, кримінальний, політичний, правовий, зовнішньополітичний); соціально-демографічні ризики (демографічний, соціальний); екологічний ризик; технологічні ризики (прискорення темпів розвитку науково-технічного прогресу, трансферту техніки і технологій, погіршення технологічного середовища).

До ризиків, що викликані впливом факторів мікросередовища, відносяться: споживчий ризик, конкурентні ризики, інвестиційні ризики, постачальницькі ризики, посередницькі ризики.

Перераховані види ризику найбільшою мірою впливають на результати інноваційної діяльності. Ці ризики є частково керованими, їх можна дещо зменшити шляхом проведення правильної інноваційної політики. Для мінімізації ризиків мікросередовища необхідно аналізувати та враховувати інтереси всіх суб'єктів інноваційного процесу.

Суб'єктивні ризики інноваційного процесу, на відміну від об'єктивних (зовнішніх) ризиків, виникають як наслідки прийняття управлінських рішень на різних етапах життєвого циклу інноваційного проекту та тісно пов'язані з діяльністю підприємства-новатора.

До суб'єктивних ризиків інноваційного процесу відносяться: ризик інноваційної стратегії, ризики на етапі генерації ідей, на етапі відбору прийнятних ідей, на етапі проведення прикладних наукових досліджень, на етапі проведення науково-технічних розробок і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) як завершальній стадії наукових, на етапі аналізу ринку і розробки стратегії маркетингу, на етапі впровадження результатів НДДКР у виробництво, на етапі ринкових випробувань нового товару, на етапі просування нового продукту, створеного на основі НДДКР, на ринок.

На всіх етапах життєвого циклу інноваційного проекту основними факторами суб'єктивних ризиків є досвід, кваліфікація і мотивація особи,

яка приймає управлінське рішення, узгодженість її дій та інтересів, а також ступінь інформованості цієї особи про характеристики зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Також ризики інноваційного проекту можна класифікувати за ступенем впливу. До таких ризиків відносяться:

- незначні ризики, які можуть призвести до незначної зміни управління інноваційним проектом.
- малі ризики, при настанні яких виникають негативні наслідки, що примушують до значних змін управління інноваційними проектами.
- середні ризики, зміна яких призводить до негативних наслідків і зміни очікувань, цілей інноваційного проекту.
- великі ризики, які призводять до значних змін очікувань і цілей інноваційного проекту.
- катастрофічні ризики, які ставлять під загрозу весь інноваційний проект.

2.2. Характеристика методів аналізу ризиків інноваційного проекту

Методи аналізу ризиків можна поділити на два взаємно доповнюючих один одного види: якісні та кількісні. Завдання методів якісного аналізу ризиків полягають у тому, щоб оцінити ймовірність впливу кожного ризику, створити більш короткий список ризиків, визначити критичні ризики, які вже будуть пропущені через кількісний аналіз і для яких будуть плануватися відповідні дії. Методи кількісного аналізу ризиків повинні дати можливість чисельно визначити розміри окремих ризиків і ризику підприємства в цілому. Нижче дані методи розглянуті більш докладно.

Якісні методи аналізу ризиків дозволяють виявити та ідентифікувати можливі види ризиків, властивих проекту, також визначити і описати причини і фактори, що впливають на рівень даного виду ризику. Крім того, необхідно описати і дати вартісну оцінку всіх можливих наслідків гіпотетичної реалізації виявлених ризиків і запропонувати заходи щодо мінімізації та / або компенсації цих наслідків, розрахувавши вартісну оцінку цих заходів.

Етапами якісного аналізу ризиків є: ідентифікація (визначення) можливих ризиків; опис можливих наслідків (шкоди) реалізації виявлених ризиків та їх вартісна оцінка; опис можливих заходів, спрямованих на зменшення негативного впливу виявлених ризиків, із зазначенням їх вартості; дослідження на якісному рівні можливості управління ризиками інноваційного проекту, вартісна оцінка цих заходів.

У процесі якісного аналізу ризиків ми досліджуємо причини виникнення ризиків і фактори, що сприяють їх динаміці, потім даємо опис можливого збитку від прояву ризиків та їх вартісну оцінку. Так як розрахунки ефективності проекту базуються на побудові його грошових потоків, величина яких може змінитися у результаті реалізації кожного із зазначених ризиків, то для аналітика важлива кількісна оцінка наслідків здійснюваних на даному кроці, виражена у вартісних показниках. Крім того, також

важлива оцінка передбачуваних на наступному кроці заходів, спрямованих на зменшення негативного впливу виявлених ризиків [5].

Методи експертної оцінки включають комплекс логічних і математико-статистичних методів і процедур, пов'язаних із діяльністю експерта по переробці необхідної для аналізу і прийняття рішень інформації. Експерт – це фахівець, який використовує свої здібності (знання, вміння, досвід, інтуїцію тощо) для знаходження найбільш ефективного рішення.

Експерти, що залучаються для оцінки ризиків, повинні: мати доступ до всієї наявної у розпорядженні розробника інформації про проект; володіти достатнім рівнем креативності мислення і необхідними знаннями у відповідній предметній області; бути вільними від особистих переваг щодо проекту (не лобювати його).

Можна виділити такі основні методи експертних оцінок, що застосовуються для аналізу ризиків: запитальники, SWOT-аналіз, роза і спіраль ризиків, оцінка ризику стадії проекту, метод Дельфі.

Кількісний аналіз ризиків інноваційного проекту передбачає чисельне визначення величин окремих ризиків і ризику проекту в цілому. Методи кількісного аналізу базуються на теорії імовірностей, математичній статистиці, теорії досліджень операцій.

Для здійснення кількісного аналізу проектних ризиків необхідні дві умови: наявність проведеного базисного розрахунку проекту та проведення повноцінного якісного аналізу. При якісному аналізі виявляються і ідентифікуються можливі види ризиків інноваційного проекту, визначаються і описуються причини і фактори, що впливають на рівень кожного виду ризику. Завдання кількісного аналізу полягає у чисельному вимірі впливу змін ризикованих факторів проекту на поведінку критеріїв ефективності [9].

Найчастіше на практиці застосовуються такі методи кількісного аналізу ризиків інноваційних проектів: метод коригування норми дисконту, аналіз чутливості показників ефективності (чистий дисконтований дохід, внутрішня норма прибутковості, індекс рентабельності та ін.), метод сценаріїв, метод дерева рішень, імітаційне моделювання (метод Монте-Карло).

Перераховані методи аналізу інноваційних ризиків базуються на концепції тимчасової вартості грошей і ймовірнісних підходах. Методи аналізу ризиків слід застосовувати комплексно, використовуючи найбільш прості з них на стадії попередньої оцінки, а складні та ті, що потребують додаткової інформації, – при остаточному обґрунтуванні інновацій.

2.3. Методи управління ризиками інноваційного проекту

Різноманіття застосовуваних у підприємницькій діяльності методів управління ризиками можна розділити на 4 групи: 1) методи ухиляння від ризиків; 2) методи диверсифікації ризиків; 3) методи компенсації ризиків; 4) метод хеджування [10].

1. Методи ухилення від ризику найбільш поширені у господарській практиці, ними користуються підприємці, які воліють діяти напевне. До таких методів належать:

- відмова від ненадійних партнерів, тобто прагнення працювати тільки з надійними, перевіреними партнерами, не розширення кола партнерів;
- відмова від участі у проектах, пов'язаних з необхідністю розширити коло партнерів, відмова від інвестиційних та інноваційних проектів, впевненість у здійсненності або ефективності яких викликає сумнів;
- відмова від ризикованих проектів, тобто відмова від інноваційних та інших проектів, реалізованість або ефективність яких викликає сумнів;
- страхування ризиків – основний прийом зниження ризику, бо страхування ймовірних втрат служить не тільки надійним захистом від невдалих рішень, але і підвищує відповідальність осіб, що приймають рішення, примушуючи їх серйозніше ставитися до розробки та прийняття рішень, регулярно проводити захисні заходи відповідно до страхових контрактів.

2. Методи диверсифікації ризиків полягають у розподілі загального ризику і поділяються на:

- розподіл відповідальності між учасниками проекту: необхідно чітко розмежувати між учасниками проекту сфери діяльності та відповідальність кожного учасника, а також умови переходу робіт і відповідальності від одного учасника до іншого і юридично закріпити це у договорах; не повинно бути етапів, операцій або робіт із розмитю або неоднозначною відповідальністю;
- диверсифікацію видів діяльності та зон господарювання: збільшення числа застосовуваних технологій, розширення асортименту виробленої продукції або наданих послуг, орієнтацію на різні соціальні групи споживачів, на підприємства різних регіонів;
- диверсифікацію інвестицій: перевагу реалізації кількох відносно невеликих по вкладеннях проектів порівняно з реалізацією одного великого інвестиційного проекту, що вимагає задіяти всі ресурси і резерви підприємства, не залишаючи можливостей для маневру;
- розподіл ризику у часі (по етапах роботи) при реалізації проекту; це покращує спостережуваність і контрольованість етапів проекту і дозволяє при необхідності порівняно легко їх коригувати.

3. Методи компенсації ризиків пов'язані зі створенням механізмів попередження небезпеки. Ці методи більш трудомісткі і вимагають великої попередньої аналітичної роботи для їх ефективного застосування, а саме:

- стратегічного планування діяльності: компенсація ризику дає позитивний ефект, якщо розробка стратегії охоплює всі сфери діяльності підприємства. Етапи роботи зі стратегічного планування можуть зняти велику частину невизначеності, дозволяють передбачити появу вузьких місць при реалізації проектів, заздалегідь ідентифікувати джерела ризиків і розробити компенсуючі заходи, план використання резервів [14];

– прогнозування зовнішніх обставин, тобто періодичної розробки сценаріїв розвитку та оцінки майбутнього стану середовища господарювання для учасників проекту, прогнозування поведінки партнерів і дій конкурентів, загальноекономічного прогнозування;

– моніторингу соціально-економічного та нормативно-правового середовища: передбачає відстеження поточної інформації про відповідні процеси, широке використання інформатизації – придбання та постійне оновлення нормативно-довідкової системи, створення системи резервів. Цей метод близький до страхування, але зосередженому всередині підприємства. На підприємстві створюються страхові запаси сировини, матеріалів, комплектуючих, резервні фонди грошових коштів, розробляються плани їх використання у кризових ситуаціях, не задіюються вільні потужності. Актуальним є вироблення фінансової стратегії для управління своїми активами і пасивами з організацією їх оптимальної структури та достатньої ліквідності вкладених коштів.

4. Метод хеджування є ефективним способом зниження ризику несприятливої зміни цінової кон'юнктури за допомогою укладення термінових контрактів (ф'ючерсів і опціонів). Цей спосіб дозволяє зафіксувати ціну придбання або продажу на певному рівні і таким чином компенсувати втрати на «спот-ринку» (ринку наявного товару) прибутком на ринку термінових контрактів. Купуючи і продаючи термінові контракти, підприємець захищає себе від коливання цін на ринку і, тим самим, підвищує визначеність результатів своєї виробничо-господарської діяльності.

Висновки за параграфом 2. Виходячи з викладеного вище, можна дійти таких висновків:

1. Ризики інноваційного проекту можна поділити на об'єктивні та суб'єктивні. Об'єктивні ризики є зовнішніми та некерованими, їх характеристики не залежать від діяльності підприємства-новатора. Ці ризики поділяються на ризики, що викликані впливом факторів макро- та мікросередовища підприємства. Суб'єктивні ризики інноваційного проекту, на відміну від об'єктивних ризиків, є частково керованими. Вони виникають як наслідки прийняття управлінських рішень на різних етапах життєвого циклу інноваційного проекту та тісно пов'язані з діяльністю підприємства-новатора.

2. До ризиків, що викликані впливом факторів макросередовища, відносяться: валютний, інфляційний (дефляційний), ринковий (галузевий), ресурсний, страховий, зовнішньоекономічний, кредитно-фінансовий, податковий, кримінальний, політичний, правовий, зовнішньополітичний, демографічний, соціальний, екологічний ризик, технологічні ризики. До ризиків, що викликані впливом факторів мікросередовища, відносяться: споживчий ризик, конкурентні, інвестиційні, постачальницькі, посередницькі ризики. Перераховані види ризику найбільшою мірою впливають на результати інноваційної діяльності підприємства.

3. До суб'єктивних ризиків інноваційного процесу відносяться: ризик інноваційної стратегії, ризики на етапі генерації ідей, на етапі відбору прийнятних ідей, на етапі проведення прикладних наукових досліджень, на етапі проведення НДДКР, на етапі аналізу ринку і розробки стратегії маркетингу, на етапі впровадження результатів НДДКР у виробництво, на етапі ринкових випробувань нового товару, на етапі просування нового продукту, створеного на основі НДДКР, на ринок.

4. Основними методами управління ризиками інноваційного проекту є: метод ухиляння від ризиків, метод диверсифікації ризиків, метод компенсації ризиків, метод хеджування.

3. Практичні рекомендації щодо оцінки економічної ефективності інноваційного проекту розвитку підприємства та зниження ризику

3.1. Оцінка економічної ефективності інноваційного проекту за допомогою методів дисконтування

У роботі запропоновано і обґрунтовано інноваційний проект створення виробництва теплоізоляційного матеріалу «ISOL» з використанням енергетично-ресурсозберігаючих технологій, в рамках якого розроблено план виробництва продукції та програма інвестування.

Для оцінки ефективності даного проекту були використані такі методи [27]:

- метод індексу рентабельності (profitability index, PI),
- метод чистого дисконтованого доходу (net present value, NPV),
- метод внутрішньої норми прибутковості (internal rate of return, IRR),
- метод дисконтованого терміну окупності (DPP).

Для того, щоб використовувати метод дисконтування при аналізі ефективності інноваційного проекту, необхідно визначити ставку дисконтування (RD), в якості якої в даній ситуації використовується середньозважена вартість капіталу (WACC), яка розраховується за формулою 7:

$$WACC = K_s * W_s + K_d * W_d * (1 - T), \quad (7)$$

де K_s – вартість власного капіталу (%);

W_s – доля власного капіталу (%);

K_d – вартість позикового капіталу (%);

W_d – доля позикового капіталу (%);

T – ставка податку на прибуток (%).

Підприємство планує використовувати два джерела фінансування початкових інвестицій, а саме власний капітал і кредитні кошти комерційного банку в частках 40% і 60% від загальної суми інвестицій. Вартість власного капіталу становить 15%, а позикового 12% відповідно, податок на прибуток 18%. Результати розрахунку WACC наведені в табл. 1.

Крім початкових інвестицій підприємство несе ще й щорічні поточні витрати. Ці витрати розраховані з урахуванням максимального завантаження виробничих потужностей підприємства і представлені в табл. 2.

Таблиця 1

Визначення середньозваженої вартості капіталу

Джерела фінансування	Доля	Сума	Вартість капіталу
Власний капітал	40%	\$ 461 686	15%
Кредитні кошти комерційного банку	60%	\$ 692 529	12%
WACC	11,90%		

Таблиця 2

Поточні витрати

Стаття витрат	Сума, \$
1. Сировина: пісок та інші компоненти	276 150
2. Вода	11 102
3. Електроенергія	785 296
4. Річна зарплата співробітників підприємства	183 600
5. Допоміжні матеріали і предмети	41 040
6. Амортизація будівлі (300000 x 8%)	24 000
7. Амортизація устаткування (398185 x 20%)	79 637
8. Витрати на рекламу	30 000
9. Витрати на збут	70 000
Разом	1 500 825

Перед безпосереднім розрахунком економічної ефективності інноваційного проекту необхідно ввести ряд умов:

- проектні потужності при освоєнні масового виробництва виробів з «ISOL» в сукупності складуть 15,25 тис. м³ на рік при 305 робочих днях;
- відповідно добова продуктивність підприємства складе 50 м³/день;
- відпускна ціна 1 м³ теплоізоляційного матеріалу «ISOL» становитиме 150 \$;

– виходячи на ринок з інноваційним продуктом, менеджмент підприємства передбачає, що очікувані обсяги реалізації продукції за сприятливого прогнозу будуть рости поступово в такій пропорції: 1 рік – 80% від проектної потужності, а в наступні роки збільшуватися з кроком в 5% щорічно до закінчення проекту;

– у структурі поточних витрат прямі витрати (сировина, електроенергія і вода, річна зарплата співробітників підприємства, допоміжні матеріали і предмети) змінюються відповідно до обсягів реалізації продукції, а постійні витрати залишаються незмінними;

– амортизація обладнання (A1) здійснюється рівними частками по 20% щорічно і в кінці терміну реалізації проекту ринкова вартість даного обладнання становитиме 0 \$, амортизація будівлі (A2) складе 8% щорічно.

Для оцінки ефективності даного проекту побудуємо таблицю, в якій будуть відображені грошові потоки за періодами (див. табл. 3).

Динаміка грошових потоків

№		0	1	2	3	4	5
1	Інвестиції, \$	1154215					
2	Обсяг реалізованої продукції, м3		12200	12963	13725	14488	15250
3	Виручка від реалізації, \$ (№ 2*150\$)		1830000	1944375	2058750	2173125	2287500
4	Поточні витрати, \$		1278108	1333787	1389467	1445146	1500825
5	Чистий грошовий потік (CF), \$ (№ 3-№ 4)*(1-T)	-1154215	452552	500682	548812	596943	645073
6	Чистий грошовий потік + амортизація (№ 5+A1+A2)		556189	500682	548812	596943	645073
7	Коефіцієнти дисконтування при RD=11,9%		0,89	0,80	0,71	0,64	0,57
8	Дисконтований чистий грошовий потік (DCF), \$ (№ 6*№ 7)	-1154215	497023	399826	391640	380671	367605

Використовуючи отримані грошові потоки, розрахуємо показники ефективності проекту.

Визначимо чистий дисконтований дохід (NPV) за формулою:

$$NPV = -I_0 + \frac{CF_1}{1+RD} + \frac{CF_2}{(1+RD)^2} + \dots + \frac{CF_j}{(1+RD)^j} + \frac{CF_n}{(1+RD)^n} \quad (8)$$

де CF_j – грошовий потік, приведений до j – го моменту (інтервалу) часу;

I_0 – величина початкових інвестицій;

RD – ставка дисконту;

n – термін реалізації проекту.

$$NPV = -1\,154\,215\$ + 497\,023\$ + 399\,826\$ + 391\,640\$ + 380\,671\$ + 367\,605\$ = 882\,550\$$$

1. Визначимо індекс рентабельності проекту (PI) за формулою:

$$PI = \sum_t \frac{CF_t}{(1+RD)^t} / I_0 \quad (9)$$

$$PI = \frac{497\,023 + 399\,826 + 391\,640 + 380\,671 + 367\,605}{1\,154\,215} = 1,76$$

2. Визначимо внутрішню норму прибутковості інвестицій (IRR) за формулою:

$$IRR = RD_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} * (RD_2 - RD_1) \quad (10)$$

Визначимо, що $RD_2 = 40\%$, тоді

$$NPV2 = -1\,154\,215\$ + 323\,251\$ + 255\,450\$ + \\ + 200\,005\$ + 155\,389\$ + 119\,941\$ = -261\,52\$$$

Підставимо отримані значення у вихідну формулу:

$$IRR = 11,9 + \frac{882\,550\$}{882\,550\$ - (-261\,52\$)} * (40\% - 11,9\%) = 39,19\%$$

3. Розрахуємо дисконтований термін окупності інвестицій (DPP) за формулою:

$$DPP = \min n, \text{ при якому } \sum_{t=1}^n CF_t \frac{1}{(1+RD)^t} \geq IC \quad (11)$$

$$DPP = 2 + \frac{-1\,154\,215\$ + 497\,023\$ + 399\,826\$}{391\,640\$} = 2,66 \text{ (років)}$$

Проаналізувавши результати розрахунку показників економічної ефективності даного проекту, можна зробити проміжні висновки:

- $NPV > 0$, отже ефект від проекту становить позитивну величину;
- $PI = 1,76$, це означає що за 1\$ інвестований підприємство отримує 1,76\$ прибутку;
- значення внутрішньої норми прибутковості вказує на те, що 39,19% є граничним значенням ставки дисконту, що розділяє інвестиції на прийнятні і не вигідні;
- дисконтований термін окупності склав 2,66 років, тобто саме стільки потрібно підприємству для того, щоб покрити першочергові інвестиції в проект за рахунок отриманих прибутків.

Показники ефективності проекту, розраховані за допомогою динамічних методів, наведені в табл. 4.

Таблиця 4

Дисконтовані показники ефективності проекту

NPV, \$	882 550
IRR, %	39,19
PI (індекс доходності)	1,76
ТОк (термін окупності), років	2,66

3.2. Аналіз чутливості (стійкості) інвестиційного проекту

Проведемо аналіз чутливості чистого приведенного доходу до зміни найбільш ризикованих чинників (змінних). До таких чинників можна віднести:

- підвищення ціни на енергоносії;
- підвищення витрат на вихідну сировину;
- зниження обсягу продажів теплоізоляційного матеріалу «ISOL»;
- збільшення витрат на оплату праці;
- підвищення ставки податку на прибуток.

При збільшенні ціни на енергоносії на 20% нове значення чистого дисконтованого доходу (NPV1) складе 463084 \$. Розрахуємо % зміни NPV за формулою:

$$\%NPV1 = \frac{NPV1 - NPV0}{NPV0} * 100, \quad (12)$$

де $NPV0$ – базове значення чистого дисконтованого доходу.

$$\%NPV1 = \frac{463084 - 882550}{882250} * 100\% = -47,53\%$$

Еластичність зміни чистого дисконтованого доходу (R1) за даним чинником складе:

$$R1 = \frac{\% \text{ зміни } NPV}{\% \text{ зміни чинника}} = \frac{47,53}{20} = -2,38\%. \quad (13)$$

Значення даного показника свідчить про те, що при зміні ціни на електроенергію і воду на 1% значення NPV змінюється на 2,38%. Тепер визначимо значення даних показників для кожного чинника.

1. При збільшенні витрат на вихідну сировину на 10% нове значення чистого дисконтованого доходу (NPV2) складе 809 825 \$.

$$\%NPV2 = -8,24\%$$

$$R2 = -0,82\%$$

2. При зниженні обсягу продажів теплоізоляційного матеріалу – «ISOL» на 10% нове значення чистого дисконтованого доходу (NPV3) складе 280132\$.

$$\%NPV3 = -68,26\%$$

$$R3 = -6,83\%$$

3. При збільшенні витрат на оплату праці на 20% нове значення чистого дисконтованого доходу (NPV4) складе 773 750 \$.

$$\%NPV4 = -12,33\%$$

$$R4 = -0,62\%$$

4. При підвищенні ставки податку на прибуток на 11% нове значення чистого дисконтованого доходу (NPV5) складе 842 478\$.

$$\%NPV5 = -4,54\%$$

$$R5 = -0,41\%$$

Зведемо вище проведені розрахунки в табл. 5 і проставимо рейтинг для кожного фактора проекту з урахуванням ступеня його впливу на чутливість проекту.

Далі, використовуючи результати проведених розрахунків, здійснимо в табл. 6 експертне ранжування змінних (чинників) за ступенем важливості та експертну оцінку прогнозованості.

Таблиця 5

Визначення рейтингу чинників проекту

№ п/п	Чинники	% зміни чинника	Старе значення NPV, \$	Нове значення NPV, \$	% зміни NPV	Еластичність NPV за чинником, %	Рейтинг чинників
1	Ціна на енергоносії	20		463084	-47,53	-2,38	2
2	Витрати на вихідну сировину	10	882550	809825	-8,24	-0,82	3
3	Обсяг продажів	10		280132	-68,26	-6,83	1
4	Витрати на оплату праці	20		773750	-12,33	-0,62	4
5	Зміна ставки податку на прибуток	11		842 478	-4,54	-0,41	5

Таблиця 6

Показники чутливості і прогнозованості змінних у проекті

Чинники (X)	Чутливість	Можливість прогнозування
Обсяг продажів	висока	середня
Витрати на вихідну сировину	низька	низька
Витрати на оплату праці	низька	висока
Податок на прибуток	низька	висока
Ціна на енергоносії	висока	низька

Далі побудуємо матрицю чутливості, ступені якої відображені по горизонталі, і прогнозованості, ступені якої представлені по вертикалі. На основі результатів аналізу кожен фактор займе своє відповідне місце у полі матриці (табл. 7).

Таблиця 7

Матриця чутливості і прогнозованості

Прогнозованість	Чутливість		
	Висока	Середня	Низька
Низька	I Ціна на енергоносії	II	II Витрати на сировину
Середня	I Обсяг продажів	II	III
Висока	II	III	III Витрати на оплату праці; податок на прибуток

Потрапляння чинника у певну зону означатиме конкретну рекомендацію для прийняття рішення про подальшу з ним роботу з аналізу ризиків.

У першу зону (I) потрапляють чинники «Ціна на енергоносії» і «Обсяг продажів», тому необхідний подальший поглиблений аналіз даних чинників, так як до їх зміни найбільш чутливий чистий дисконтований дохід проекту, і дані чинники слабо прогнозовані.

У другу зону (II) потрапляє фактор: «Витрати на сировину».

У третю зону (III) потрапляють чинники: «Витрати на оплату праці» та «Податок на прибуток». В даній зоні знаходяться чинники, які при всіх інших припущеннях і розрахунках є найменш ризикованими.

Висновки за параграфом 3. Виходячи з викладеного вище, можна зробити такі висновки:

1. У цьому дослідженні запропоновано й обґрунтовано інноваційний проект створення виробництва теплоізоляційного матеріалу «ISOL» з використанням енерго- та ресурсозберігаючих технологій, в рамках якого розроблено план виробництва продукції та програма інвестування.

2. Загальна сума капітальних вкладень за проектом становить 1 154 215 дол. США. Накопичений дисконтований чистий грошовий потік (чиста приведена вартість) проекту складає 882 550 дол. США. Внутрішня норма прибутковості запропонованого інноваційного проекту 39%, індекс рентабельності проекту – 1,76, термін окупності проекту – 2,66 року. Таким чином, цей проект є ефективним і його можна прийняти до впровадження на аналізованому підприємстві.

3. Проведена оцінка економічної ефективності інноваційного проекту за допомогою методів дисконтування: методу індексу рентабельності (profitability index, PI), методу чистого дисконтованого доходу (net present value, NPV), методу внутрішньої норми прибутковості (internal rate of return, IRR), методу дисконтованого терміну окупності (DPP). На основі результатів розрахунку показників економічної ефективності проекту було визначено:

– за проектом отримано значення $NPV > 0$, отже ефект від проекту становить позитивну величину;

– за проектом отримано значення $PI = 1,76$, що означає що за 1\$ інвестицій підприємство отримує 1,76\$ прибутку;

– значення внутрішньої норми прибутковості проекту вказує на те, що 39,19% є граничним значенням ставки дисконту, що розділяє інвестиції на прийнятні і не вигідні;

– дисконтований термін окупності проекту склав 2,66 років, тобто саме стільки потрібно підприємству для того, щоб покрити першочергові інвестиції в проект за рахунок отриманих прибутків.

4. Проведений аналіз чутливості чистого дисконтованого доходу до зміни найбільш ризикованих чинників (змінних), до таких чинників були віднесені: підвищення ціни на енергоносії, підвищення витрат на вихідну сировину, зниження обсягу продажів теплоізоляційного матеріалу – «ISOL», збільшення витрат на оплату праці, підвищення ставки податку на прибуток.

5. В залежності від значення еластичності NPV був сформований рейтинг чинників. Так, на першому місці опинився обсяг продажів з еластичністю 6,83%, на другому – ціна на енергоносії з еластичністю 2,38%, на третьому – витрати на вихідну сировину з еластичністю 0,82%, на четвертому – витрати на оплату праці з еластичністю 0,62% та на останньому – зміна ставки податку на прибуток з еластичністю 0,41%.

6. Використовуючи результати проведених розрахунків, було здійснене експертне ранжування змінних (чинників) за ступенем важливості та експертна оцінка прогнозованості, на основі яких побудовано матрицю чутливості, у полі якої кожен фактор зайняв своє відповідне місце.

Висновок. Під час проведення наукових досліджень автором отримані такі результати:

1. Проаналізовано основні методи, які найчастіше використовуються для оцінки економічної ефективності проектів, визначено їх сутність, виділено переваги та недоліки їх практичного використання.

2. Визначено зміст категорії «ризик» в інноваційній діяльності, приведено класифікацію об'єктивних та суб'єктивних ризиків інноваційного проекту.

3. Розглянуті основні методи якісного та кількісного аналізу ризиків інноваційних проектів, здійснено систематизацію методів управління ризиками, обґрунтовано їх склад та ефективність впровадження на підприємстві.

4. Проведено оцінку економічної ефективності інноваційного проекту за допомогою методів дисконтування: індексу рентабельності (PI), чистого дисконтованого доходу (NPV), внутрішньої норми прибутковості (IRR), дисконтованого терміну окупності (DPP).

5. Виконано аналіз чутливості чистого дисконтованого доходу до зміни найбільш ризикованих чинників: підвищення ціни на енергоносії та витрат на вихідну сировину; зниження обсягу продажів продукції, збільшення витрат на оплату праці, підвищення ставки податку на прибуток.

6. Удосконалено методичний підхід до оцінки ефективності інноваційних проектів на підприємстві за допомогою методів дисконтування грошових потоків, який відрізняється від існуючих урахуванням фактору чутливості чистого дисконтованого доходу до зміни найбільш ризикованих чинників, якими є: підвищення ціни на енергоносії, підвищення витрат на вихідну сировину, зниження обсягу продажів, збільшення витрат на оплату праці, підвищення ставки податку на прибуток шляхом їх рейтингової оцінки за фактором еластичності.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV // Відомості Верховної Ради України. 2002. № 36. С. 266. (Зі змін.).

2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 р. № 3715-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2012. № 19–20. С. 166. – (Зі змін.).

3. Аверченков В.И. Инновационный менеджмент: учебное пособие. / В.И. Аверченков, Е.Е. Ваинмаер. – [2-е изд.]. М.: Флинта, 2011. 330 с.

4. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.І. Амоша // Економіст. 2005. № 6. С. 28–32.
5. Аньшин В.М. Инвестиционный анализ / В.М. Аньшин. – М.: Дело, 2004. – 280 с. – (Библиотека современного менеджера. Self-education).
6. Бажал Ю.М. Знаннєва економіка: Теорія і державна політика / Ю.М. Бажал // Економіка і прогнозування. № 9. 2003. № 3. С. 71–86.
7. Бовин А.А. Управление инновациями в организациях: [учеб. пособ.]. – [3-е изд.] / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – М.: Омега. Л., 2011. 416 с. (Серия «Высшая школа менеджмента»).
8. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент / В.О. Василенко, В.Г. Шматько К.: Центр навчальної літератури, 2005. 440 с.
9. Волков О.І. Економіка та організація інноваційної діяльності: [підруч.] / За ред. О.І. Волкова та М.П. Денисенка. [3-є вид.]. К.: Центр учбової літератури, 2007. 662 с.
10. Волков О.И. Экономика предприятия (фирмы): [учебник] / [О.И. Волков, О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко и др.]; под ред. О.И. Волкова, О.В. Девяткина. – [3-е изд., перераб. и доп.]. М.: Инфра-М, 2007. 603 с.
11. Дудар Т.Г. Інноваційний менеджмент: [навч. посіб.] / Т.Г. Дудар, В.В. Мельниченко. К.: Центр учбової літератури, 2009. 256 с.
12. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник / С.М. Ілляшенко. Суми : Університетська книга, 2015. 334 с.
13. Йохна М.А. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник / М.А. Йохна М. А., В.В. Стадник. К.: Видавничий центр «Академія», 2005. 400 с. (Альма-матер).
14. Кабаченко Д.В. Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику / Д.В. Кабаченко // Економічний вісник НГУ. 2017. – № 2 (58). –С. 107–115.
15. Кныш М.С. Совершенствование методов оценки эффективности инновационных проектов на предприятии / М.С. Кныш, Д.В. Кабаченко // Cutting-edge science – 2015 / Materials of the XI international scientific and practical conference, April 30 May 7, 2015. Volume 6. Economic science: Sheffield. Science and education LTD, 2015. С. 63–67.
16. Корженевская Г.М. Снижение рисков в инновационных кластерах / Г.М. Корженевская // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: Сборник научных трудов / Под общей редакцией д.э.н., проф. И.Л. Акулича. – Минск: ООО «Мэджик», 2013. 412 с. С. 176–179.
17. Костевко В.І. Методологічні питання оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства / В.І. Костевко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. – № 698. С. 66–73.
18. Крылов Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: [учеб. пособ.] / Э.И. Крылов, И.В. Журавкова. М.: Финансы и статистика, 2002. 384 с.
19. Кузьмін О.Є. Інвестиційна та інноваційна діяльність: монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.В. Тувакова, А.Я. Кузнєцова. За наук. ред. проф., д-ра екон. наук О.Є. Кузьміна. Львів: ЛБІНБУ, 2003. 233 с.
20. Портер М. Конкуренция. / М. Портер. М.: Вильямс, 2000. 495 с.
21. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто. М.: Прогресс, 1990. 296 с.
22. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: [учебник] / Р.А. Фатхутдинов. [4-е изд., перераб. и доп.]. СПб.: Питер, 2004. 400 с.
23. Федоренко В.Г. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності: [Навч. посіб.] / За ред. В.Г. Федоренко. К.: Алерта, 2004. 431 с.
24. Хайск Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайск // Мировая экономика и международные отношения. 1989. № 12. С 5–14.
25. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

26. Drucker P. People and performance. / P. Drucker. London: Heinemann, 1977. 366 p.
27. Kabachenko D. Improving the assessment effectiveness method of innovative industrial Leading Ukrainian Companies activity / D. Kabachenko // A Balkema Book / Theoretical and Practical Solutions of Mineral Resources Mining. Taylor & Francis Group, London. 2015. С. 353–362.

Кукса І.М.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів, оподаткування
та інформаційних технологій*

Луганського національного аграрного університету (м. Харків)

Сударкіна Л.Ю.

аспірантка

Луганського національного аграрного університету (м. Харків)

ТЕОРІЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

Незважаючи на високу ефективність заходів з ресурсозбереження, практика сучасного господарювання свідчить про невисокі масштаби такого впровадження. Основною причиною такого явища є значні одноразові витрати, що супроводжують впровадження ресурсозбереження на підприємствах. При цьому існує проблема відсутності достатніх обсягів фінансування і відсутності методичних засад на підприємствах для оцінювання ефективності ресурсозберігаючих технологій. У статті розроблено підхід до аналізу оптимальної поведінки зерновиробників для досягнення рівня прибутковості, достатнього для регулювання процесів ресурсокористування на основі критеріальної оцінки системи підтримки прийняття рішень в умовах невизначеності. Наведено етапи проведення підготовки та оцінки даних, інтерпретація результатів та порівняння з традиційною практикою. Пропонований механізм оцінки ефективності управління ресурсозбереженням сільськогосподарських підприємств спирається на критеріальному визначенні вірогідності різних сценаріїв розвитку явища, в даному конкретному випадку формування прибутку за різних умов інвестування ресурсів та формування природних умов виробництва. Побудована модель дозволяє виявляти межові техніко-економічні параметри перспективних програм ресурсозбереження при виробництві озимої пшениці з врахуванням загальних тенденцій розвитку екологічного та економічного середовища.

Вступ. Економічний розвиток українських сільськогосподарських підприємств забезпечується постійним зростанням їх виробничо-збутових

можливостей. Одним з найпотужніших засобів такого зростання є впровадження заходів, що спрямовані виробниче ресурсозбереження. Реалізація таких заходів зменшить собівартість продукції та покращить стан природних ресурсів, що складають базис агробізнесу, і призведе до підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, збільшення обсягів її виробництва та опанування нових ринків збуту. Проте, незважаючи на високу ефективність заходів з ресурсозбереження, практика сучасного господарювання свідчить про невисокі масштаби такого впровадження. Основною причиною такого явища є значні одноразові витрати, що супроводжують впровадження ресурсозбереження на підприємствах. При цьому проблема не лише в відсутності достатніх обсягів фінансування, а також в відсутності методичних засад на підприємствах для оцінювання ефективності ресурсозберігаючих технологій.

Вагомий внесок у вирішення досліджуваної проблеми належить ученим, таким як О.В. Батура, П.І. Гайдуцький, В.М. Геєць, С.І. Дорогунцов, М.І. Долішній, Б.М. Данилишин, М.І. Кісіль, М.Г. Лобас, М.Й. Малік, Ю.В. Ніколенко, М.М. Паламарчук, Б.Я. Панасюк, Г.М. Підлісецький, В.В. Россоха, М.А. Садиков, П.Т. Саблук, В.М. Трегобчук, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин, Т. Andrews, В. Baggaley, L. Grasso, В.Н. Maskell, W.G. Pardy та ін. Проте основною проблемою дослідження залишається розроблення концепції оцінки перспектив та орієнтирів розробки заходів системи ресурсозбереження.

У сучасній науковій літературі методи оцінювання заходів ресурсозберігаючих технологій та обґрунтування доцільності заміни технологій підприємства розглядають найчастіше перший з двох випадків. Один з найпоширеніших критеріїв доцільності здійснення такої заміни є перевищення собівартості продукції за старою технологією виробництва продукції над величиною питомих приведених витрат виробництва продукції за новою технологією. Проблемою реалізації такого підходу в системі землеробства є довготерміновість через майже річний цикл рослинницького виробництва. З точки зору ресурсозбереження на рівні підприємства або заходів у галузі ресурсозберігаючих технологій, кінцевою метою реалізації яких є зниження витрат ресурсів на виробництво і реалізацію продукції, що безпосередньо має виражатися в зниженні витрат ресурсів для виробництва одиниці продукції або вартості обробки одиниці земельних угідь.

Головною метою інвестування у ресурсозберігаючі технології є отримання прибутку. Прибуток показує співвідношення результатів та витрат, а також виконує важливі функції: стимулювання, можливість відтворення та узагальнюючий результат. Це спричиняє його використання для оцінювання рівня економічного ефекту інвестицій. Прибуток є базовим параметром, який свідчить про прийнятність проекту, а також показує розмір перевищення сукупних результатів над витратами. Важливим зауваженням також є оцінка прибутку в системі його забезпечення, тобто в системі ресурсокористування та віддачі економічної моделі в поточних

умовах господарювання. Розробимо та проаналізуємо систему оцінки ефективності дій у формуванні системи ресурсозбереження на сільсько-господарських підприємствах.

1. Теоретичні основи аналізу передумов розвитку програм ресурсозбереження

Особливості умов здійснення господарської діяльності, в тому числі функціонування в природному середовищі з управлінням біологічними процесами розвитку природних систем потребують використання особливого інструментарію отримання дефіцитної інформації для прогнозування розвитку. Для цього в якості методичного інструментарію вважаємо раціональним використати підходи теорії статистичних рішень, яка може тлумачитися, як теорія пошуку оптимальної недетермінованої поведінки в умовах невизначеності. Сучасна концепція статистичного рішення висунута А. Вальдом. У відповідності з нею поведінка вважається оптимальною, якщо вона мінімізує ризик у послідовних експериментах, тобто математичне очікування збитків статистичного експерименту. У такій постановці будь-яка задача статистичних рішень може розглядатися як гра двох осіб, у якій одним з гравців є «природа». Вибір найкращих рішень в умовах неповної інформації є одним з основних занять менеджерів.

Якщо процес визначається повторюваними ситуаціями, то його усереднені характеристики відчують тенденцію до стабілізації і з'являється можливість або заміни випадкового процесу детермінованим, або використання методів дослідження стаціонарних випадкових процесів. Однак більшість процесів характеризується «поганою невизначеністю» і неможливо знайти закони розподілу та інші імовірнісні характеристики. У таких ситуаціях доводиться вдаватися до експертних оцінок.

Для аналізу передумов розвитку програм ресурсозбереження, наприклад, при виробництві озимої пшениці сільськогосподарськими підприємствами в економічних умовах Харківської області використаємо результати аналізу забезпечення прибутковості під впливом виробничих витрат на 1 га посівів озимої пшениці за різних ситуацій формування врожайності культури. Тобто в даному випадку ставиться завдання з позиції теорії статистичних рішень визначити оптимальну поведінку виробників зернових для досягнення рівня прибутковості, достатнього для регулювання процесів ресурсокористування. В результаті роботи будуть отримані конкретні межові техніко-економічні показники, що визначатимуть ефективність дії зерновиробників у забезпеченні результативності ресурсокористування.

Вихідні дані для завдання, що вирішуються за допомогою статистичних рішень представляються у вигляді деякого вектору $S = (S_1, S_2, \dots, S_n)$, що описує n станів зовнішнього середовища, і вектором $X = (X_1, X_2, \dots, X_m)$, що описує m кількість допустимих рішень. Потрібно знайти вектор $X^* = (0, 0, \dots, 0, X_i, 0, \dots, 0)$, який забезпечує оптимальність функції корисності $W(X, S)$ по деякому критерію K . Тут виникає також проблема вибору

критерію оптимальності, оскільки рішення, оптимальне для якихось умов, буває неприйнятним в інших і доводиться шукати певний компроміс.

В даному випадку стан природи може бути заданий у вигляді відповідних рівнів врожайності озимої пшениці, а сукупність стратегій діяльності у вигляді відповідних рівнів витрат на 1 га посівних площ. В якості розподілу вигащів буде витупати середній рівень прибутку на 1 га. Джерелом даних для формування груп за зазначеними показниками приймемо звітність підприємств Харківської області за формою 50-СГ. Результат формування платіжної матриці наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Матриця вигащів для визначення оптимальної стратегії
під час проектування політики ресурсозбереження виробництва
озимої пшениці, USD**

Групи витрат на 1 га посівних площ (стратегії гравця)	Групи врожайності озимої пшениці (стан «природи»), ц/га							Середній прибуток на 1 га за групою витрат
	менше 20 ц/га	від 20 до 30 ц/га	від 30 до 40 ц/га	від 40 до 50 ц/га	від 50 до 60 ц/га	від 60 до 70 ц/га	понад 70 ц/га	
менше 50	X	229,5	0	0	0	0	0	229,5
від 50 до 100	69,7	243,9	511,2	0	0	0	0	274,9
від 100 до 150	18,7	155,9	282,1	0	0	0	0	203,6
від 150 до 200	24,6	100,4	237,4	202,8	397,9	0	0	147,8
від 200 до 250	7,2	64,8	149,8	290,6	402,3	652,4	0	146,0
від 250 до 300	X	24,3	125,5	237,5	294,3	595,6	0	129,0
від 300 до 350	X	-0,4	97,5	181,4	312,3	607,5	599,8	158,0
від 350 до 400	X	-121,5	54,1	152,1	232,6	424,2	0	118,9
від 400 до 450	-265,2	X	54,0	160,7	224,7	X	597,0	155,9
від 450 до 500	X	-231,5	-25,2	1,1	167,5	255,2	483,1	130,6
від 500 до 550	-324,2	X	X	-230,4	297,9	253,2	0	-0,9
від 550 до 600	X	X	-189,0	-0,2	135,4	143,8	352,5	116,3
від 600 до 650	X	X	-267,5	X	12,2	247,9	0	-68,7
від 650 до 700	X	X	X	X	X	125,2	0	125,2
понад 700	X	X	X	-325,8	X	38,7	0	-143,5
Середній прибуток на 1 га за групою врожайності	-33,1	62,2	120,0	169,7	250,2	350,5	477,0	139,0

* на перетині рядків та стовпців наведено прибуток на 1 га посівних площ озимої пшениці, USD;

** нульовими значеннями позначено неможливість отримання прибутку за заданих умов; символом «X» позначено відсутність інформації про підприємства, що отримували фінансово-економічний результат за вказаних умов.

Характеризуючи дані таблиці, зазначимо, що основна сукупність сільськогосподарських підприємств в поточних ґрунтово-кліматичних та ринкових умовах Харківської області сконцентрована в блоці від 150 до 400 USD витрат на 1 га. Інші умови мають близько 14% підприємств та їхні економічні моделі виробництва характеризуються значною мінливістю. Щодо планування ресурсозберігаючих моделей виробництва озимої пшениці, то загальний рівень прибутковості в площі можливих станів природи (врожайності озимої пшениці) можна описати п'ятиблоковою структурою:

- перший – збитковий блок: підприємства з врожайністю менше 20 ц/га, за яких при поточних ринкових умовах складно покрити понесені витрати. Для даних підприємств політика ресурсозбереження має починатися з дослідження ґрунтово-кліматичних та технологічних передумов (землеробство) формування ефективності виробництва озимої пшениці (перегляд технологій);

- другий – блок малоприбуткових підприємств: підприємства з врожайністю від 20 до 30 ц/га. Для даних підприємств політика ресурсозбереження має ґрунтуватися на створенні сприятливих технологічних умов розвитку природного потенціалу (технічна забезпеченість, система добрив і так далі);

- третій – блок технологічно розвинених підприємств: підприємства з врожайністю від 30 до 50 ц/га. Для даних підприємств характерна технологічна розвиненість для отримання оптимальної врожайності, тому політика ресурсозбереження має ґрунтуватися на виявленні та використанні економічних переваг ринкового середовища (наприклад, пошук способів підвищення закупівельних цін на зерно і так далі);

- четвертий – блок із розвиненими ринковими перевагами: підприємства з врожайністю від 50 до 70 ц/га. Для даних підприємств характерно використання в повному обсязі цінових переваг, що дозволяє їм здійснювати додаткові вкладення в заходи підвищення врожайності. Політика ресурсозбереження в даному випадку має ґрунтуватися на виявленні межі оптимальних витрат на 1 га, підтримання яких не призведе до зниження врожайності.

Враховуючи мінливість ресурсного середовища (ґрунтово-кліматичних, біологічних, екологічних та інших умов), здійснимо критеріальну оцінку оптимальних дій зерновиробників, яка стане орієнтиром у визначенні техніко-економічних параметрів ресурсозберігаючих заходів.

2. Оцінка ефективності управління ресурсозбереженням сільськогосподарських підприємств

Для визначення правил вибору рішення, виходячи з наявної інформації та очікувань гравця існує декілька критеріїв оцінки, які варто використати для аналізу, а саме критерії Лапласа, Байеса, Вальда, Севіджа та Гурвіца.

Виходячи з розуміння основної причини неоптимальних дій – недостатня інформаційна забезпеченість систем землеробства (метеодані, динаміка змін

грунтових характеристик та інше) – оцінку стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств варто почати з критерію Лапласа, в основі якого лежить «принцип недостатньої підстави», сутність якого полягає в тому, що якщо немає достатніх підстав вважати, що ймовірність того чи стану «природи» має нерівномірний розподіл, то вони приймаються однаковими і завдання зводиться до пошуку варіанту, що дає:

$$W = \max_{i=l...m} \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n W_{ij} \quad (1)$$

За критерієм Лапласа отримано наступну таблицю розрахункових значень (табл. 2).

Вибір максимального значення виявляє оптимальність вибору варіанту витрат на 1 га на рівні від 300 до 350 USD з очікуваним прибутком 299,7 USD. на 1 га, тобто загальна ефективність такої діяльності за різних варіантів розвитку «природи» досягає 100%. Варто також зазначити, що якщо виключити вплив екстремальних значень, які представлені одиничними випадками, то вибір оптимальної стратегії припадає на вибір варіанту витрат на 1 га на рівні від 200 до 250 USD з очікуваним прибутком 223,9 USD на 1 га. За статистичними даними, лише одне підприємство з витратами від 300 до 350 USD/га отримало врожайність пшениці більше 70 ц/га. За його відсутності оцінка прибутку за групою від 300 до 350 USD/га просідає до 158 USD/га та поступається оцінкою за цим критерієм.

Таблиця 2

**Розрахункові дані для визначення оптимальної стратегії
за критерієм Лапласа, USD**

Групи витрат на 1 га посівних площ (стратегії гравця)	Критерій Лапласа (W)
менше 50	32,8
від 50 до 100	117,8
від 100 до 150	65,2
від 150 до 200	137,6
від 200 до 250	223,9
від 250 до 300	182,5
від 300 до 350	299,7
від 350 до 400	123,6
від 400 до 450	128,5
від 450 до 500	108,3
від 500 до 550	-0,7
від 550 до 600	88,5
від 600 до 650	-1,8
від 650 до 700	62,6
понад 700	-95,7

Розширення обґрунтованості дій зерновиробників у поточних умовах господарювання можливе з використанням критерію Байеса, який використовується за умови, якщо в нашому розпорядженні є статистичні дані, що дозволяють оцінити ймовірність того чи іншого стану «природи», і цей досвід може бути використаний для оцінки майбутнього. При відомих ймовірностях P_j для стану природи S_j можна знайти математичне сподівання $W(X,S,P)$ і визначити вектор X^* , що дає:

$$W = \max_{i=l...m} \sum_{j=1}^n W_{ij} P_j \quad (2)$$

Для розрахунку за критерієм Байеса необхідно визначити вірогідність станів природи. Для визначення вірогідності станів природи прийемо до уваги допущення, за яким зберігається тенденція формування відповідних рівнів врожайності в майбутньому та дії зерновиробників будуть аналогічними. Тоді вірогідність отримати урожайність підприємствами Харківської області буде визначатися як відношення кількості підприємств з відповідною врожайністю за групами та загальною кількістю підприємств. Розраховані дані наведено в таблиці 3.

Таблиця 3

Вірогідність станів природи умов господарювання Харківської області

Групи врожайності озимої пшениці (стан «природи»)	Вірогідність станів природи
менше 20 ц/га	0,027
від 20 до 30 ц/га	0,197
від 30 до 40 ц/га	0,431
від 40 до 50 ц/га	0,200
від 50 до 60 ц/га	0,102
від 60 до 70 ц/га	0,030
понад 70 ц/га	0,012

Оцінюючи отриману інформацію (табл. 3), зазначимо, що за ретроспективні дані свідчать про найімовірніший рівень урожайності від 30 до 40 ц/га. З урахуванням розрахованої вірогідності значення показників критерію Байеса за стратегіями становлять (табл. 4).

Таким, чином з врахуванням статистичної інформації про вірогідність розвитку станів природи (агропрогнозу) вибір максимального значення виявляє оптимальність вибору варіанту витрат на 1 га на рівні від 50 до 100 USD з очікуваним прибутком 270,5 USD на 1 га. Цей результат свідчить про пріоритетність технологічно обмежених дій з боку підприємств, та отримання врожайності переважно за рахунок природної основи ресурсного фактору. Тобто такий підхід може призвести до вичерпування природних ресурсів. Збільшення витрат вище 450 USD/га не гарантує отримання достатнього рівня врожайності і, як наслідок, отримання прибутку.

Наявність прогнозів про несприятливі метеорологічні умови, незадовільний стан ринку забезпечення основними ресурсами (засоби

захисту рослин, паливо та інше) та спекулятивні дії посередників зернового ринку часто змушують господарників діяти обережно, в режимі песимістичної стратегії, що є основою критерій Вальда. Його судження близькі до тих суджень, які використовуються в теорії ігор для пошуку сідлової точки в просторі чистих стратегій: для кожного рішення X_i вибирається найгірша ситуація (найменше з W_{ij}) і серед них відшукується гарантований максимальний ефект:

Таблиця 4

**Розрахункові дані для визначення оптимальної стратегії
за критерієм Байєса, USD**

Групи витрат на 1 га посівних площ (стратегії гравця)	Критерій Байєса (В)
менше 50	45,2
від 50 до 100	270,5
від 100 до 150	152,9
від 150 до 200	204,0
від 200 до 250	196,2
від 250 до 300	154,3
від 300 до 350	135,8
від 350 до 400	66,3
від 400 до 450	78,5
від 450 до 500	-25,5
від 500 до 550	-16,8
від 550 до 600	-59,0
від 600 до 650	-106,7
від 650 до 700	3,7
понад 700	-63,8

$$W = \max_{i=l..m} \min_{j=l..n} W_{ij} \quad (3)$$

Щодо критерію Вальда, то у нашому варіанті ця ситуація збігається зі станом природи з врожайністю від 40 до 50 ц/га $W = \max(-230,4; -325,8) = -230,4$, тобто за цим критерієм слід обмежитися витратами на 1 га від 500 до 550 USD і максимальний можливий збиток за несприятливих умов не перевищить 230,4 USD (якщо б ми включили і варіант відмови від вирощування зернових, то цей критерій рекомендував би нам утриматися від будь-якої діяльності). Незначно в оцінці песимістичного прогнозу відрізняється варіант найменшої врожайності, який рекомендує обмежитися витратами на 1 га від 400 до 450 USD.

Можна прийняти і критерій вибору оптимістичній стратегії для випадків оптимального або попереднього забезпечення виробничими ресурсами.

$$W = \min_{i=l..m} \max_{j=l..n} W_{ij} \quad (4)$$

Так, нами оцінюється гарантований виграш при найсприятливіших умовах. Для прикладу це ситуація зі станом природи при рівні врожайності від 60 до 70 ц/га $W = \min (652,4; 595,6; 607,5; 424,2; 255,2; 253,2) = 253,2$ (без екстремальних поодиначних значень).

Недоліком критеріїв Вальда є їх радикальність. Орієнтація на найгірший результат є своєрідною пересторогою. Проте, необачно також вибирати політику, яка надмірно є оптимістичною. Критерій Гурвіца пропонує певний компроміс:

$$W = \max_{i=l..m} [\alpha \max_{j=l..n} W_{ij} + (1 - \alpha) \min_{j=l..n} W_{ij}] \quad (5)$$

де параметр α приймає значення від 0 до 1 і виступає як коефіцієнт оптимізму. Таким чином, можна оцінити власну підготовленість ресурсного та технологічного забезпечення до ефективного виробництва озимої пшениці в поточних умовах господарювання.

За критерієм Гурвіца у нашому прикладі при різних значення α W визначаються таблицею 5.

При $\alpha = 0,5$ (рівні ймовірні шанси на успіх і невдачу) слід витратити на 1 га посівів пшениці від 200 до 250 USD і очікувати прибуток складатиме 326,22 USD на 1 га. Необхідно зазначити, що це оптимальний варіант за більшістю оцінок показника оптимістичності.

Таблиця 5

**Розрахункові дані для визначення оптимальної стратегії
за критерієм Гурвіца, USD**

Групи витрат на 1 га посівних площ (стратегії гравця)	Значення коефіцієнта оптимізму α				
	0,1	0,2	0,5	0,8	0,9
менше 50	22,95	45,91	114,77	183,63	206,59
від 50 до 100	51,12	102,24	255,61	408,98	460,10
від 100 до 150	28,21	56,43	141,07	225,71	253,92
від 150 до 200	39,79	79,59	198,97	318,35	358,15
від 200 до 250	65,24	130,49	326,22	521,96	587,20
від 250 до 300	59,56	119,12	297,81	476,49	536,05
від 300 до 350	60,38	121,17	303,53	485,89	546,68
від 350 до 400	-66,90	-12,33	151,37	315,08	369,64
від 400 до 450	-179,02	-92,80	165,88	424,55	510,77
від 450 до 500	-160,05	-88,59	125,79	340,17	411,62
від 500 до 550	-261,97	-199,77	-13,16	173,45	235,66
від 550 до 600	-134,85	-80,70	81,75	244,20	298,35
від 600 до 650	-215,97	-164,42	-9,78	144,86	196,40
від 650 до 700	12,52	25,03	62,58	100,13	112,64
понад 700	-289,34	-252,89	-143,54	-34,20	2,25

Важливою практикою в господарюванні сільськогосподарських підприємств є також управління ризиками, тобто виявлення ризикованих дій та формування заходів їх запобігання. Для діяльності із розвитку системи ресурсозберігання це також актуально через переважно випробувальний характер дій в цьому напрямі. Суть критерію Севіджа полягає в знаходженні мінімального ризику.

При виборі рішення за цим критерієм спочатку матриця функції корисності (ефективності) зіставляється з матрицею ризику елементи якої відображають збитки від помилкової дії, тобто вигоду, упущену в результаті прийняття і-го рішення в j-му стані. Потім по матриці D вибирається рішення за песимістичним критерієм Вальда, що дає найменше значення максимального ризику.

$$D_{ij} = W_{ij} - \max_i(W_{ij}) \quad (6)$$

За критерієм Севіджа у нашому прикладі необхідно сформулювати таблицю ризику, розраховані дані якої представлені в таблиці 6.

Таблиця 6

**Розрахункові значення ризику для визначення
оптимальної стратегії за критерієм Севіджа, USD**

Групи витрат на 1 га посівних площ (стратегії гравця)	Групи врожайності озимої пшениці (стан «природи»), ц/га						
	менше 20 ц/га	від 20 до 30 ц/га	від 30 до 40 ц/га	від 40 до 50 ц/га	від 50 до 60 ц/га	від 60 до 70 ц/га	понад 70 ц/га
менше 50	-229,5	0,0					
від 50 до 100	-441,5	-267,3	0,0				
від 100 до 150	-263,5	-126,3	0,0				
від 150 до 200	-373,4	-297,6	-160,6	-195,1	0,0		
від 200 до 250	-645,2	-587,7	-502,7	-361,9	-250,1	0,0	
від 250 до 300	-595,6	-571,3	-470,1	-358,1	-301,3	0,0	
від 300 до 350		-607,9	-510,0	-426,1	-295,2	0,0	-7,7
від 350 до 400		-545,7	-370,1	-272,1	-191,6	0,0	
від 400 до 450	-862,2		-543,0	-436,3	-372,3		0,0
від 450 до 500		-714,6	-508,3	-482,0	-315,6	-227,9	0,0
від 500 до 550	-622,0			-528,3	0,0	-44,7	
від 550 до 600			-541,5	-352,7	-217,1	-208,7	0,0
від 600 до 650			-515,5		-235,7	0,0	
від 650 до 700						0,0	
понад 700				-364,5		0,0	

Найбільше значення серед мінімальних елементів рядків тут одне тах $[-229,5; -441,5; -263,5; -373,4; -645,2; -595,6; -862,2] = -263,5$ (без екстремальних по одиничних значень) і, витрачаючи від 100 до 150 USD на 1 га, в гіршому разі збитки не перевищують -263,5 USD на 1 га.

Таким чином, результати критеріальної оцінки призводять до різних висновків:

- 1) за критерієм Лапласа раціонально витратити на 1 га від 300 до 350 USD, без екстремумів – від 200 до 250 USD/га;
- 2) за критерієм Байеса раціонально витратити на 1 га від 50 до 100 USD/га;
- 3) за критерієм Вальда – від 500 до 550 USD/га;
- 4) за критерієм Гурвіца – при оптимістичному настрої від 200 до 250 USD/га;
- 5) за критерієм Севіджа – від 100 до 150 USD.

Узагальнюючи отримані результати, зазначимо, що в умовах Харківської області техніко-економічним орієнтиром програм ресурсозбереження (межові техніко-економічні показники) при виробництві озимої пшениці є додержання виробничих витрат в межах 250–350 USD на 1 га при збереженні врожайності пшениці на рівні 30–45 ц/га. Отримані показники дають змогу оцінити на скільки можна вважати існуючі підходи до виробництва та реалізації зерна пшениці ресурсощадними. На рис. 1 відображено поділ загальної сукупності сільськогосподарських підприємств Харківської області, зайнятих виробництвом зерна пшениці за межовими показниками.

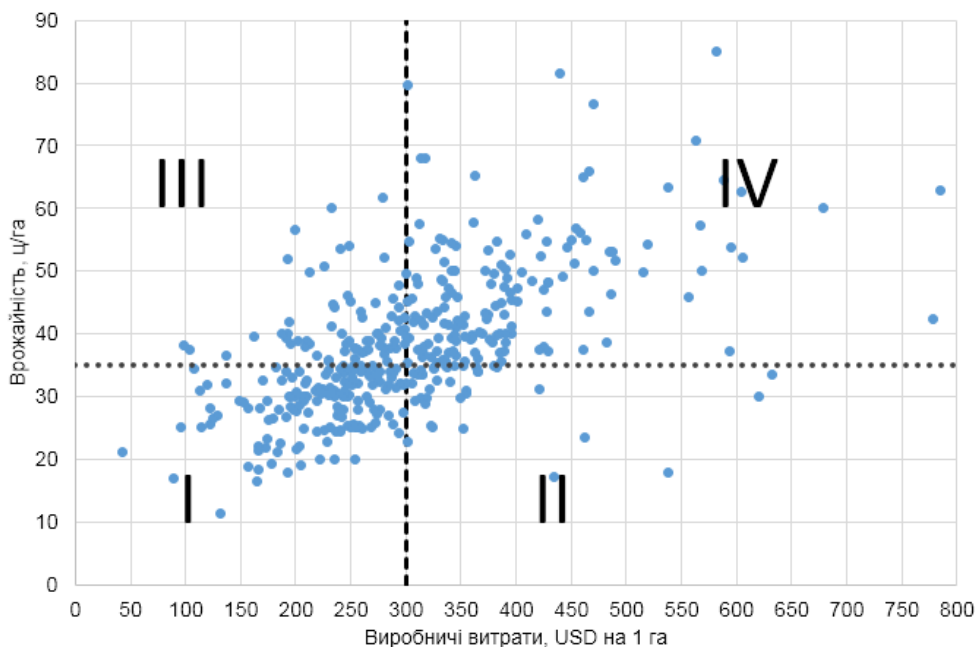


Рис. 1. Поділ загальної сукупності сільськогосподарських підприємств Харківської області відносно меж ресурсозбереження

За даними рис. 1 відносно межових показників ресурсозбереження можна зробити наступні висновки:

1) I група представляє підприємства з мінімальними технічними можливостями та ресурсною адаптацією. Для них перспективним завданням є активний розвиток заходів інтенсифікації з метою досягнення граничних меж продуктивності (врожайності) техніко-економічної системи землеробства. В даному випадку система ресурсозбереження в рослинництві не може бути побудована без «розкриття» ресурсного потенціалу, тобто здійснення первинних інвестицій ресурсозбереження.

2) II група в системному плані представляє собою перехідний режим та характеризується підвищеними витратами ведення землеробства без відповідної продуктивної віддачі (рівня врожайності). Для цього режиму актуальним завданням є забезпечення економічної основи трансформації технологічної системи рослинництва. Такий режим характерний для багатьох технологічних систем, таких як мінімальний або безорний обробіток ґрунту, екологоорієнтовані технології та інші.

3) III група відображає умови отримання врожайності, що перевищує межові при порівняно низьких витратах на 1 га (нижче від встановлених межових витрат). Саме ця група представляє значний інтерес для вивчення заходів мінімізації ресурсних витрат при збереженні високих врожаїв в процесі розробки політики ресурсозбереження. Важливим тільки є зауваження, що ефективність цих заходів повинна супроводжуватися екологічною оцінкою, тому що високий рівень врожайності може бути результатом інтенсивного вичерпання природного ресурсу.

4) IV група представляє підприємства, орієнтованих на ведення інтенсивного землеробства. Ці підприємства інвестують значні кошти в отримання високих врожаїв. Для підприємств цієї групи в рамках розробки політики ресурсозбереження актуальним є фіксація на стабільно високому рівні врожайності зерна та дослідження напрямів зниження витратного тиску, наприклад, заміщення техногенних заходів біологічними (наприклад, вирощування сидеральних культур замість гербіцидів, компенсація втрати органічної сировини поживними залишками та інше).

В даному випадку розвиток системи ресурсозбереження можна описати в системі «розгортання – згортання» наступним чином: знаходячись в початковому стані (група I) підприємство нарощує технічні та технологічні можливості, переходячи в перехідний стан (група II), в якому відбувається трансформація екологічних систем в агроекологічні до моменту стабілізації високої продуктивності – врожайності та переходу до стану високої інтенсифікації (група IV). Продовження функціонування в режимі високої інтенсифікації призводить до перевантаження природної складової земельних ресурсів, що потребує розробки заходів ресурсозбереження. Наступним кроком є зменшення інтенсивності ресурсокористування, включаючи фінансові, трудові та інші та перехід до стану високої ефективності (група III). Цей стан має на увазі збалансування ресурсокористування на економічному, соціальному та екологічному рівнях.

Щодо соціального виміру проблеми зазначимо, що кожний новий етап розвитку виробничих сил суспільства забезпечує подальше підвищення

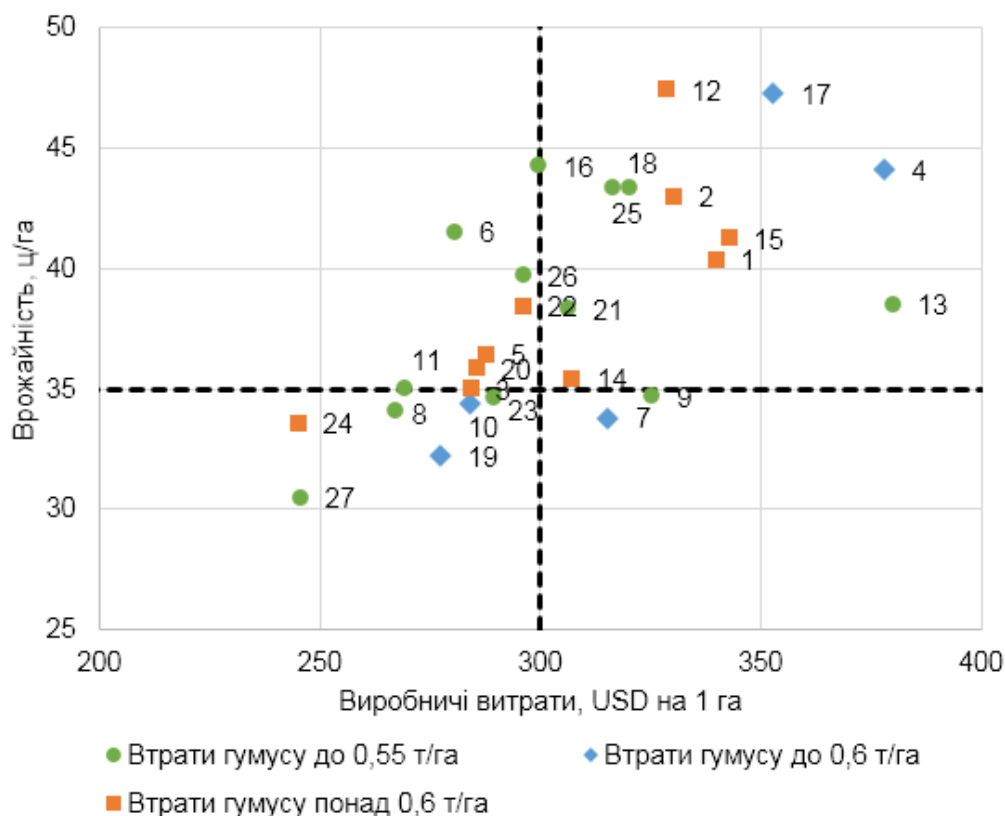
продуктивності землеробства. Але ерозія, що посилилася останнім часом, ставить під сумнів аграрне майбутнє країни. Ерозія ґрунтів – це соціальне явище, продукт життєдіяльності суспільства. Природні фактори є, як правило, не причиною ерозійних процесів, а передумовами, за наявності яких можливе виникнення й розвиток ерозії ґрунтів під впливом людини. Тому часто перехід до стану високої ефективності (група III) відбувається непослідовно, але претендує на означені параметри ресурсозбереження через підміну сутності ресурсозбереження простою економією фінансового ресурсу.

Таким чином, розгорнення системи ресурсозбереження в рослинництві варто розглядати з врахуванням екологічної складової в рамках представленої системи. Один з найважливіших показників родючості ґрунту – органічна речовина, яка на 85-90% складається з гумусу. Вона впливає майже на всі інші показники родючості і проходить у ґрунті складний шлях перетворень, що в узагальненому понятті визначає його гумусний стан. За розрахунками центра держродючості баланс гумусу в ґрунтах України протягом останніх 10 років був гостродефіцитним і коливався в межах 0,4-0,8 т/га.

Для оцінки екологічної сторони зазначеної схеми розгорнення системи ресурсозбереження представимо розподіл підприємств, згрупованих за адміністративно-територіальним принципом та диференційованих за споживанням дефіцитної органічної складової – гумусу (рис. 2).

За даними діаграми рис. 2 можна судити, що проблеми ресурсозбереження актуальні в системі організації сучасного зерновиробництва: підприємства Близнюківського, Борівського, Лозівського та Первомайського району отримують врожайність, що перевищує межові параметри ресурсозбереження переважно за рахунок більш інтенсивного використання природньої складової земельних ресурсів.

За даними офіційної статистики департаменту екології та природних ресурсів щорічні втрати гумусу з гектару землі становлять від 0,5 т/га до 0,6 т/га, а за останні 20 років в ґрунтах Харківщини вміст гумусу зменшився на 0,4 абсолютних відсотка. По вмісту гумусу в таких районах Харківської області як Богодухівський, Дергачівський, Краснокутський, Кегичівський спостерігається підвищення вмісту гумусу. Зменшення вмісту гумусу спостерігається в Валківському, Близнюківському, Золочівському, Печенізькому, Харківському районах. Основною причиною зменшення вмісту гумусу у ґрунті є відсутність належної компенсації втрат органічної речовини через мінералізацію рослинними рештками і органічними добривами. З урахуванням стану, що склався, для простого відтворення родючості ґрунтів області необхідно вносити 8-10 т гною на кожен гектар сівозмінної площі, або біля 19 млн. т. За статистичними даними господарствами області в 2016 році під посіви сільськогосподарських культур всього внесено органічних добрив у кількості 712,4 тис. т, що на 13,5 % більше ніж у 2015 році, в розрахунку на 1 га посівної площі внесено 0,6 т (у 2015 році – 0,5 т). Наявний на сьогодні рівень тваринництва в області не може забезпечити достатній рівень застосування органічних добрив.



На діаграмі номери відповідають районам Харківської області: 1 – Балаклійський, 2 – Барвінківський, 3 – Близнюківський, 4 – Богодухівський, 5 – Борівський, 6 – Валківський, 7 – Великобурлуцький, 8 – Вовчанський, 9 – Зміївський, 10 – Дворічанський, 11 – Дергачівський, 12 – Зачепилівський, 13 – Золочівський, 14 – Ізюмський, 15 – Кегичівський, 16 – Коломацький, 17 – Красноградський, 18 – Краснокутський, 19 – Куп'янський, 20 – Лозівський, 21 – Нововодолазький, 22 – Первомайський, 23 – Печенізький, 24 – Сахновщинський, 25 – Харківський, 26 – Чугуївський та 27 – Шевченківський.

Рис. 2. Розподіл сільськогосподарських підприємств районів Харківської області за техніко-економічними та агроекологічними параметрами розвитку

Висновок. Таким чином, формування системи ресурсозбереження потребує врахування економічних, техніко-технологічних та екологічних факторів з метою оптимального збалансування навантаження зовнішнього середовища (ринкового, агрокліматичного, ресурсного та інше). Отримані за результатом критеріальної оцінки дані дозволяють зробити висновки про найбільш вірогідну дію зерновиробників в умовах невизначеності, що дає змогу виявити типові параметри ефективності систем виробництва та оцінити перспективність політики ресурсозбереження.

Пропонований механізм оцінки ефективності управління ресурсозбереженням сільськогосподарських підприємств спирається на критеріальному визначенні вірогідності різних сценаріїв розвитку явища, в даному конкретному випадку формування прибутку за різних умов інвестування ресурсів та формування природних умов виробництва. Подібний підхід потребує відповідної верифікації, яка була здійснена з використанням інформації про агроекологічні зміни навколишнього

середовища в процесі землеробства, а саме споживання органічної речовини (гумусу) сільськогосподарськими культурами. Відповідність отриманих результатів за оцінкою та результатів дослідження стану екологічного середовища сільськогосподарського виробництва в цільовому сегменті перспективних програм ресурсозбереження дозволяє зробити висновки про ефективність пропонованого механізму оцінки управління ресурсозбереженням сільськогосподарських підприємств.

Щодо зауважень до використання пропонованого механізму, зазначимо, що достовірність результатів оцінки буде залежати від правильної інтерпретації техніко-економічних параметрів технологічних систем землеробства у вимірі ресурсозбереження. Так, органічне землеробство можна трактувати, як ресурсозберігаючу практику лише в довготерміновій перспективі та цільовим пріоритетом оптимізації ринкових, а не виробничих ресурсів. Оскільки органічне землеробство відомо своєю трудомісткістю та значною інвестиційною місткістю. Додаткові зауваження також стосуються врахування екстремальних значень, які часто представлені одиничними випадками та не формують загальної тенденції.

Список використаних джерел:

1. Амосов О.Ю. Проблема ресурсозбереження в Україні та шляхи її вирішення / О.Ю. Амосов, Н.Л. Гавкалова // Теорія та практика державного управління : зб. наук. праць. Харків : Магістр, 2011. № 3 (34). С. 1–5.
2. Барун М.В. Управління ресурсозбереженням на підприємстві / М.В. Барун // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Серія : Економічні науки. – 2010. № 98. С. 91–97.
3. Берсуцкий А.Я. Влияние интеллектуальных и информационных ресурсов на эффективность потенциала предприятия / А.Я. Берсуцкий // Академічний огляд. 2009. № 1. С. 106–110.
4. Герасимчук Н.А. Концепція ресурсозбереження в системі біоекономіки / Н.А. Герасимчук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України : зб. наук. праць. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. Київ: ВЦ НУБіП України, 2013. № 181 (2). С. 72–77.
5. Гуторов О.І. Проблеми сталого землекористування у сільському господарстві: теорія, методологія, практика: монографія / О.І. Гуторов. – Харків: «Едена», 2010. 405 с.
6. Драган І.В. Методологічні засади управління ресурсозбереженням як напряму реалізації державної політики у сфері природокористування / І.В. Драган // Вісник ЖДТУ. Серія : Економічні науки. 2012. № 1 (59). С. 100–102.
7. Єршова О.О. Ресурсозбереження як альтернативний спосіб господарювання на підприємствах АПК / О.О. Єршова // Ефективна економіка. 2013. № 4. С. 51–57.
8. Калюк А. Системний підхід до управління ресурсозбереженням в промисловості / А. Калюк // Ресурси, інформація, постачання, конкуренція. – 2011. № 2. С. 68–70.
9. Кулаков О.О. Методичні засади оцінювання економічної ефективності інвестування у ресурсозберігаючі технології на підприємствах / О.О. Кулаков // Науковий вісник : зб. наук. праць. Одеса: ОНЕУ, 2014. № 1 (209). С. 65–77.
10. Лозинська І.В. Формування комплексу організаційних компонентів виробничої системи сільськогосподарських підприємств / І.В. Лозинська // Технологічний аудит і резерви виробництва. № 1/6(21). 2015. С. 22–26.

11. Нусінов В.Я. Удосконалення методики оцінки економічного потенціалу підприємства з використанням потенціальних галузевих кластерів / В.Я. Нусінов, Н.О. Шура // Вісник ЖДТУ. 2017. № 3(81). С. 80–88.
12. Плахута Г.А. Управління матеріальними ресурсами / Г.А. Плахута, О.В. Степаненко. Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2012. 192 с.
13. Проценко Н.Б. Методологічні аспекти обґрунтування ресурсів для створення резервів підвищення рівня економічної безпеки підприємств / Н.Б. Проценко // Вісник ЖДТУ. 2016. № 4 (78). С. 185-191.
14. Степаненко Т.О. Аналіз функціональних зв'язків інтегрованої системи управління матеріальними ресурсами / Т.О. Степаненко // Технологічний аудит і резерви виробництва. – № 2/6(22). 2015. С. 58–62.
15. Ульянченко О.В. Ресурсний потенціал аграрного сектора економіки України: управлінський аспект: монографія / О.В. Ульянченко. Суми: Довкілля, 2009. 383 с.
16. Хохлов М.П. Логістично-реінжиніринговий підхід до управління матеріальними ресурсами підприємства: монографія / М.П. Хохлов, Ю.Ю. Лола. Х.: ХНЕУ, 2012. 188 с.
17. Kolos I. Material flow management of industrial enterprise on eanprinciples / I. Kolos // Технологічний аудит і резерви виробництва. – № 5/4(37). 2017. С. 19–23.
18. Maskell B. H. Practical Lean Accounting: A Proven System for Measuring and Managing the Lean Enterprise, Second Edition / B. H. Maskell, B. Baggaley, L. Grasso. – Productivity Press, 2013. 475 p.
19. Pardy W. G. Integrated management: leading strategies and solutions / W. G. Pardy, T. Andrews. United Kingdom: Government Institutes, 2010. 170 p.

Matthnai Ekouaghe

Postgraduate Student, Assistant

Faculty of International Economic Relations,

Department of Tourism,

Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

Suschenko Olena

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Faculty of International Economic Relations,

Head of Department of Tourism,

Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

ANALYSIS AND EVALUATION OF MARKETING TECHNOLOGIES USED IN THE MANAGEMENT OF A TOURISM ENTERPRISE

Summary

This article deals with the analysis and evaluation of marketing technologies used in the management of a tourism enterprise. Marketing plans serve as the blueprints for a tourism company's sales strategy. As the marketing field continues to change and develop, keeping up with the times can be a difficult task. Marketing managers are faced with the challenge of managing and organizing their marketing teams and strategies to perform successfully on every available marketing front. The process of forming a strategy in the tourism industry begins with an analysis of the relationship between the consumer and

the product through advertising, on the one hand, and the competitive trading environment, on the other. As new trends appear in the market, it can be difficult for marketing managers to keep track of the changes and implement them in their own strategies, while embracing these changes would be to their benefit, keeping up with all things new regarding social media, web design, user interface, and much more, can be quite overwhelming. Many large enterprises use mathematical models and statistical tools to assess the efficiency of their advertising methods. However, if the company's goals and strategy are not based on a realistic assessment of its current position and market opportunities, the strategy risks remaining only good intentions especially in the tourism sector.

***The purpose of the article** is to identify factors that influence the efficiency of the destination of tourist product promotion and to develop a system of performance indicators of the tourist product promotion system in the tourism enterprise at the regional and international level.*

Introduction and brief literature review. Investing tourism through the Strategies and Interactions in Communication (SIC) allows to take advantage of the results of theoretical research conducted for over forty years, in France and abroad, in many areas: the constitution of opinions, the analysis of media messages, the study of the reception of these messages, the place of marketing technologies in society, the organization of structures (companies, local authorities ...). In connection with the transformation of market relations in the development of the main forms of trade, commercial intermediary activity is currently acquiring special relevance in Ukraine. It is a commercial and intermediary activity that contributes to the effective development of production, the formation of its volumes and promising areas. It largely determines the economic situation of the company, its financial results, taking into account the changing situations in the market. An important direction of improving the economy in the existing conditions is market research and the development of marketing strategies of enterprises. The relevance of these issues is due to the fact that in market conditions, the successful marketing of products, the operation of enterprises, and their position in the consumer market largely depend on the development of marketing. From the moment that tourism deals with these aspects, it is useless for tourism researchers to “reinvent the wheel”; it is better to use the knowledge acquired and see to what extent these results can be applied to the field of tourism. Because of marketing's day-to-day importance in tourism business operations, it's critical that tourism professionals could keep an eye on the results of their marketing plans and activities. Using a variety of simple review methods, businesses can monitor, analyse, and evaluate the steps they took to sell their product or service and determine which are working and which need to be reconsidered. The questions of providing marketing technologies in the management of a tourist enterprise were studied by scientists: G. L. Bagiyev, V. M. Tarasovich, X. Ann, D. I. Barkan, V. G. Gerasimchuk, M. Porter, S. Brindisi, B. Sidoruka and G. Brindisi, L. Yuzwak, I. Pinyak, O. Burlitskaya, T. Podvirna; N. Goldie, O. Dubik and A. Mishchuk, R. Fedorovich, S. Shpilyk,

A. Goldy, L. Maruschak, V. Seredinskaya and I. Seredinskaya, O. Pavlikivska, S. Sinatorov, V. Gvozdeva, I. G. Akperov, A. G. Alyabiev, I. T. Balabanov, experts in such organizations as the World Tourism Organization, World Economic Forum, and others. Also, the combination of two important components to ensure the effectiveness of marketing technologies in travel companies, such as the effectiveness of used marketing tools and their costs, is not thoroughly studied. To alleviate this, we will study in the first marketing methods in the Ukrainian tourism market on the macroeconomic level, and then evaluation by mathematical modelling of marketing methods using elements of the marketing mix and marketing technologies in tourism enterprises.

1. Analysis of the marketing activity of tourism enterprise

For a tourist company, the assessment of the effect and effectiveness of advertising activity is more complex. Advertising activities at the regional level are, to a greater extent, image-oriented, and are aimed at attracting tourists to the region as a whole. And these measures, in turn, lead to an increase in a load of enterprises in the tourism and recreation sector, an increase in the volume of services sold, as well as an increase in tax revenues from tourism in the consolidated budget of the region. Thus, the effectiveness of commercial advertising in tourism should be regarded as economic and communicative.

The research of advertising effectiveness is one of the most important and perspective directions of modern marketing research. The main task of researching the effectiveness of advertising is to be able to predict its impact on the commercial activities of the company. The need for an advertising survey is also primarily due to the fact that decisions in the field of advertising are taken in conditions of certain risk and uncertainty. This inspires a cautious approach, especially when taking into account the return on investment (ROI). Improving the efficiency of activities lies in the fact that for each unit of value, it was necessary to achieve the maximum possible increase in the volume of services or profits. On this basis, the only macroeconomic criterion of the effectiveness of activity is the increase in labour productivity. The system of performance indicators includes several groups:

- generalized performance indicators – the provision of services in the market, the provision of services per unit of expenditure, profit per unit, total expenses, costs per unit of service, the profitability of a tourist product or services, the share of growth in services due to the intensification of activities;
- labour efficiency indicators (personnel) – growth rates of labour productivity, utilization of useful resources of working time, labour intensity, wages of units of products (services);
- performance indicators of fixed and current stock assets – total stock and stock exchanges, the profitability of fixed assets;
- indicators of the efficiency of the use of funds – the turnover of funds, the profitability of working capital, the profitability of investments, the payback period of the investments.

The level of efficiency of economic and social activities depends on many factors in order for practical solutions to be effective directions for the development and improvement of activities; place of implementation in the activity management system. Consequently, with an increase in productivity and a decrease in wages, a decrease in fund-holding and development, rational use of the enterprise's resources.

Evaluating the effectiveness of the advertising campaign will obtain information on the expediency of advertising and the effectiveness of its individual tools, determine the conditions of optimal impact of advertising on potential customers.

To assert the abovementioned facts, a practical case of study of marketing operations of a tourism company should deserve a deep study; here we are talking about the Ukrainian travel company Join Tours. Thanks its painstaking creative work, constant service, improvement of the quality of service, this company today has earned an impeccable reputation. Join Tours is positioning itself as a multi-agency travel agency focused on the sale of a mid-high-budget product for the mass and individual tourists. The company's managers are distinguished by professionalism, competence and a culture of communication. The travel agency "Join Tours" is guided by one principle: "Every client is not just a tourist, but a dear guest." And it does not matter whether the tour is ordered to an expensive luxury hotel or whether it is preferable to the economical option of rest. The main task of the travel agency is to make the client completely satisfied with the trip. The travel agency works only with reliable tour operators with whom trust has developed over the past few years. Join Tours cooperates with such tour operators as: Tez Tour, Coral, Pegasus, Deep Tour, Golden Travel, etc.

The travel agency offers an extensive network of resorts throughout Ukraine and CIS countries (Kyiv, Lviv, Odesa, Mariupol, Kharkiv), as well as tours to Carpathian Mountains and the Golden Ring and educational tours in the Uzhhorod region.

The main areas of outbound tourism are: Turkey (Istanbul, Antalya, Kemer, Belek, Side, Alanya), Cyprus, Egypt, Tunisia, Greece – continental and island Croatia, Caribbean islands, and bus tours in Europe. The travel agency sells vouchers on credit, which in our time is very attractive for customers. With the arrival of such a service as a loan in the tourism business, even low-income segments of society can afford to relax and see the world. At the head of the travel company "Join Tours" LLC is the director of the company, which report to the deputy director and accountant, managers to the deputy director. The main activity of the company is outbound and domestic tourism. The mission of the company is to make a quality holiday in every home, in every family. The company's goal is to improve the quality of work in the hospitality industry in the tourism market, to open and develop new routes for travellers in Ukraine and abroad.

There are three components of the company's success: a flexible discount system, an individual approach to each client, reliable and timely information about hotels and tours.

The total number of personnel in the company as of 01/01/2019 is 9 employees.

Consider the qualitative composition of the staff, all personnel by gender are women, the average age is 22-30 years.

All employees have a higher professional education degree. Tourists are not all the same, they have different pictures of their ideal vacation. Tourists are heterogeneous. Market segmentation is the strategic tool to account for heterogeneity among tourists by grouping them into market segments, which include members similar to each other and dissimilar to members of other segments. Both tourism researchers and tourism industry use market segmentation widely to study opportunities for competitive advantage in the marketplace.

This explains the foundations of market segmentation, discusses alternative ways in which market segments can be formed, guides the reader through two practical examples, highlights methodological difficulties and points to milestone publications and recently published applications of market segmentation in the field of tourism. These statements led the company to conduct a survey with the purpose of studying the Ukrainian market segment. As a result, respondents aged from 27 to 45 years old (72%), young people aged 18 to 27 years old received 8%, and the rest (20%) attributed themselves from 46 years and older (Fig. 1). Tourism activities that make up the content of the recreation subsystem of tourism are aimed at the enhanced restoration of the physical, intellectual, and emotional forces of a person. To simplify, the goal of recreational tourism can be formulated as a full-fledged recreation and health improvement of a person by means of tourism.

The tasks of improving the participants of tourist recreational activities are virtually inseparable from the tasks of their good rest (solved jointly).

The structure of the organization does not have the position of personnel manager, the general director is in charge of personnel. This is due to the fact that the expansion of the travel agency is not planned due to the limited working space (office) and, as a result, the lack of free vacancies, as well as the lack of staff turnover (since the company was founded, the composition of employees has not changed).

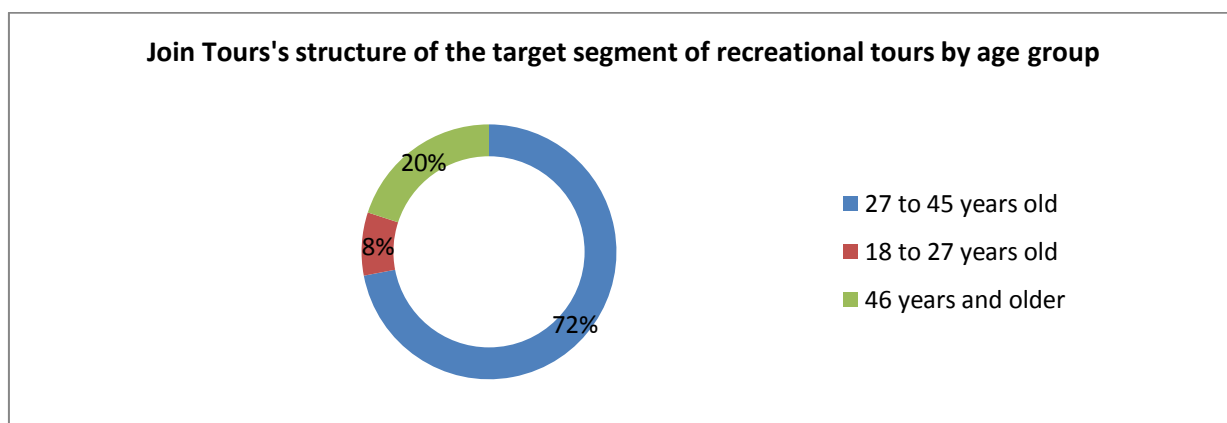


Fig. 1. Join Tours LLC's structure of the target segment of recreational tours by age groups

In addition, the travel agency often uses student interns as a workforce with a minimum wage. Analysing Table 1, we can conclude that Join Tours LLC increased its financial and economic indicators every year.

This is due to the increase in quality, and as a result – the quantity of tourist services provided.

Therefore, the company's management also allowed itself to increase the salaries of its employees.

Thus, the volume of travel services rendered increases every year. Revenue increased by 115% in 2018 compared with 2016, the average number increased by 10%, the average monthly wage increased by 2018 compared with 2016 by 36%.

By improving the work with its partners and supplier, Join Tours LLC is a tour operator, which is involved in the formation, promotion, and sale of tourist products. The compilation of a tourist product, in this case, occurs by the fact that the firm's managers independently assess the future development of the future package of services in a particular locality or region. They purchase in significant volumes the services of tourist industry enterprises (hotels, restaurants, etc.), make up their own tour programs, and implement them through intermediaries (travel agents) or directly to consumers. Here it is especially important to choose and organize efficient work with partners and suppliers in order to promote the designed tour products well.

To this task, the choice of efficient methods of management and marketing becomes a priority. There is a need for Join Tours LLC to adjust to the effectiveness of advertising. This will provide information about the feasibility of advertising and the performance of its individual funds, to determine the conditions for the optimal impact of advertising on potential buyers. Accurately determine the effectiveness of individual advertising media, an advertising campaign in most cases is not possible.

As said earlier, from 2010 to 2018, Join Tours LLC increased its financial and economic indicators, which is due to the intensive use of information and communication technologies in this extended period of time. Indeed, in order to conduct its marketing operations, Join Tours LLC had to assess the efficiency of the marketing tools needed.

2. Evaluation and mathematical modelling of marketing tools in a tourism enterprise

With revenues from tourist services estimated to 16229,8 thousand hryvnias, which is considered as its main budget, Join Tours LLC intended to use 15% of it for the 2019 tourist season, which means 2434,47 thousand hryvnias spend on it.

To do so, the company had to choose the least expensive and more profitable advertising mediums to use during the campaign before the tourist 2019 summer and winter season. For this, the researcher will have to analyse the available financial data given by Join Tours LLC in order to determine which of the advertising mediums should be beneficial for the 2019 tourist season or which of traditional advertising media or marketing technologies are more profitable for

the travel agent to use. Unfortunately, the data obtained from the company are not enough to compare the economic efficiency of the costs of various promotional activities.

In this situation, by analysing Table 2, hypotheses can be formulated, either the use of marketing technologies did cost less to Join Tours LLC or the same assessment is to suppose for traditional means of advertising.

More precisely, it's the cost effectiveness of advertising, which characterizes its profitability and so the effectiveness of the use of the determined advertising mediums in the company's marketing strategy. For the assessment of these hypotheses, several methods can be used. We can begin by calculating the Advertising-To-Sales Ratio, which measures the effectiveness, or how successful company's advertising strategies are. This being expressed by the following formula:

$$\text{Advertising-To-Sales Ratio} = \frac{\text{Total advertising expenses (costs)}}{\text{Sales revenues}} \quad (1)$$

A high advertising-to-sales ratio indicates that advertising expenses were high relative to sales revenue; this could mean the campaign was not successful.

A low ratio indicates that the advertising campaign generated high sales relative to the advertising expense. As mentioned previously, the advertising to sales ratio indicates the effectiveness of the company's advertising strategies.

It is important to compare the advertising to sales ratio within an industry and on a trending basis. In the example above, determining a single ratio would not provide much insight into how effective the company's marketing strategies are in generating sales.

Table 1

**Analysis of the main financial
and economic performance indicators of Join Tours LLC**

Indicator	Unit of measurement	2010	2016	2018	Absolute deviation units rev.	Relative deviation, %
The volume of tourist services rendered	thousand UAH	7250	7545,6	16229,8	8684,2	115
The number of catered tourists	people	3560	4762	7855	3093	65
Revenue from tourist services	thousand UAH	7250	7545,6	16229,8	8684,2	215
Average number of employees	people	8	10	9	1	10
Annual payroll	thousand UAH	252,6	298,1	444,0	145,9	49
Average monthly wage of employees	thousand UAH	4,8	4,5	4,4	0,9	36

As shown in Table 1, we can assess the level of expenditure of two groups of advertising means, marketing technologies, and traditional means of advertising.

Knowing that Join Tours LLC's revenue from tourist services is estimated to 16229,8 thousand UAH in 2018, the advertising to sales ratio for each medium can be easily calculated. As shown in Table 2, the traditional means of marketing most have high advertising-to-sales ratios except for indoor advertising while marketing technologies face the opposite situation. This state of affairs can be shown in the following Figure 2. As it turns out, this suggests that Join Tours LLC in its marketing strategy will afford to use at least three marketing technologies and one traditional mean of advertising (press advertising) given the fact that most of the other ones are quite ineffective, meaning that the company marketing strategy is mostly based on marketing technologies but not mainly.

The second method to use is again the Bayesian statistics. It will provide us with mathematical tools to update our beliefs about random events in the light of seeing new data or evidence about those events.

Table 2

Join Tours LLC's financial characteristics of each advertising mediums in terms of costs, the price per 1000 views, forecast of the target audience

Advertising medium group	Indicators	Cost in UAH	Forecast of audience	Advertising-to-sales ratio
	Advertising medium			
Traditional means of advertising	TV advertising	39 321	101266,433	0,002423
	Indoor Advertising	2900	10000	0,000179
	Transport advertising	22400	1142000	0,00138
	Press Advertising	8 100	300	0,000499
Marketing technologies	Price lists	6250	500000	0,000385
	Search engine optimization	4600	800000	0,000283
	Social media advertising	6700	1000000	0,000413
	Branding Search Results	12000	150000	0,000739

Let's assume that p is defined as the: Probability of an event A given B equals the probability of B and A happening together divided by the probability of B.

For example: let's assume two partially intersecting sets A and B as shown in the tables above. Set A represents the probability that traditional means of advertising are the determinant elements which helped Join Tours LLC to improve its profitability through its marketing strategy and set B represents the same case but with marketing technologies.

The aim here is to determine the probability of A or B has already happened. Given the values shown in Table 2, the parameters of probability estimating the effectiveness between traditional means of marketing and marketing technologies are determined in ratio on the average in Table 3.

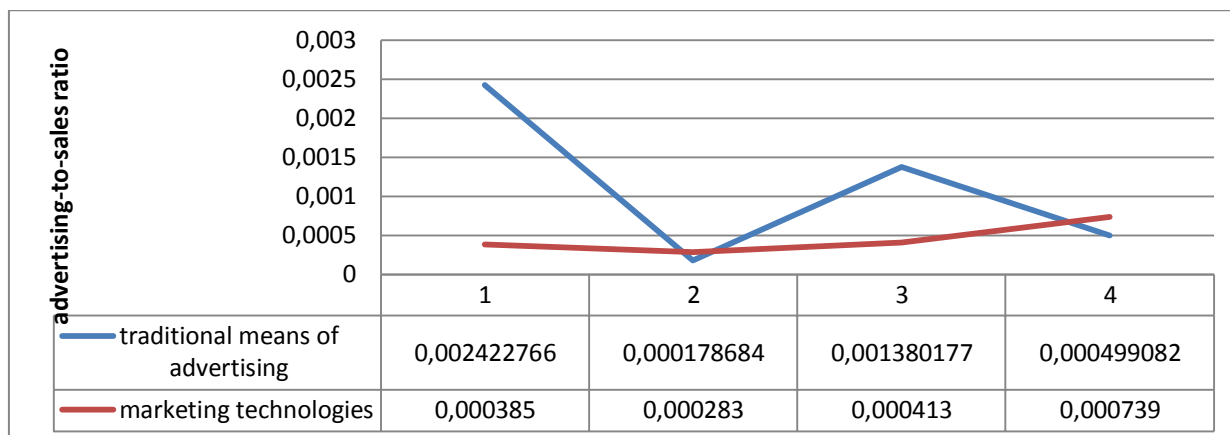


Fig. 2. Comparative dynamics of high advertising-to-sales ratios between marketing technologies and traditional means of marketing

As shown in Figure 3, we can notice that the probability ratio of low effectiveness is decreasing as marketing technologies are used in the marketing strategy of Join Tours LLC, which have helped improve its profitability, which is most noticeable with price lists and branding search results.

Table 3

Determined parameters of probability estimating the effectiveness between traditional means of marketing and marketing technologies

Set of tested values A	Likelihood	Posterior	Set of tested values B	Likelihood	Posterior
TV advertising	0,54	0,54071039	Price lists	0,211505922	0,07
Indoor Advertising	0,03	0,03987844	Search engine optimization	0,155668359	0,05
Transport advertising	0,3	0,30802657	Social media advertising	0,226734349	0,07
Press Advertising	0,11	0,11138461	Branding Search Results	0,406091371	0,13

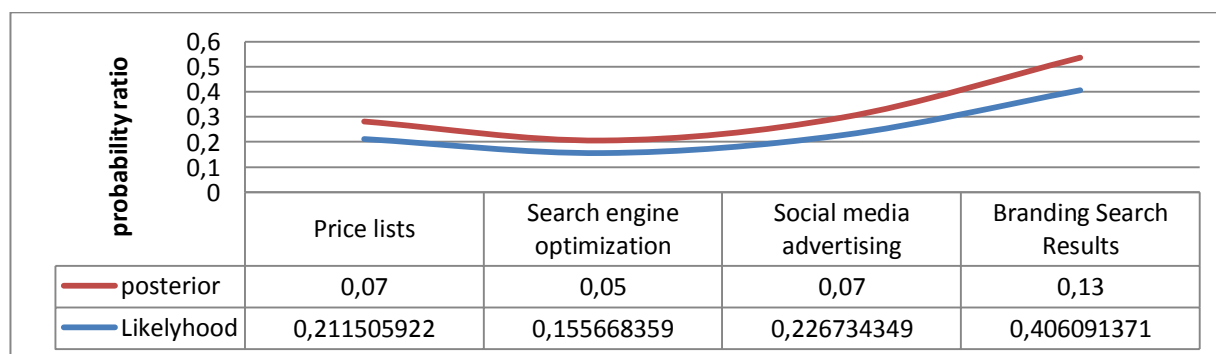
Table 4 provides examples of how changes in the likelihood ratio affect the post-test probability of low effectiveness.

By analysing Figure 4, we can notice that the probability ratio is increasing despite noticeable low spots.

Low spots particularly with indoor advertising and press advertising being the most effective potential elements in Join Tours LLC future marketing strategy if using traditional means of advertising. This leads us to conclude that traditional means of marketing are not enough effective, as well their effectiveness degree decreases with time as far as they are the main elements of a marketing strategy.

**Effects of changes in the likelihood ratio
on the post-test probability of low effectiveness**

Likelihood Ratio	Approximate* Change in Probability	Effect on Post-test Probability of effectiveness
Values between 0 and 1 <i>decrease</i> the probability of low effectiveness (-LE)		
0.1	- 45%	Large decrease
0.2	- 30%	Moderate decrease
0.5	- 15%	Slight decrease
0	- 0%	None
Values greater than 0.6 <i>increase</i> the probability of low effectiveness (+LE)		
0.4	+ 0%	None
0.6	+ 15%	Slight increase
0.8	+ 30%	Moderate increase
1	+ 45%	Large increase



**Fig. 3. Bayesian inference of the probability
in which marketing technologies have improved the profitability
of Join Tours LLC through its marketing strategy**

Given the fact that Join Tours LLC is operating the whole year, it is quite unlikely that the use of traditional means of advertising could work for both Ukrainian and foreign markets, in the middle to short term due to the fact that these mediums are costly and not profitable enough for Join Tours LLC.

Considering the aforementioned facts, it will be important to check, which marketing technology will give Join Tours LLC a high degree of advertising attractiveness towards costumers. For this, it will be interesting to consider cost per thousand (CPM) method for a more wider range of marketing technologies.

Cost per thousand is a value indicator used in media planning; represents the price of reaching 1 thousand contacts or coverage of 1 thousand target audience.

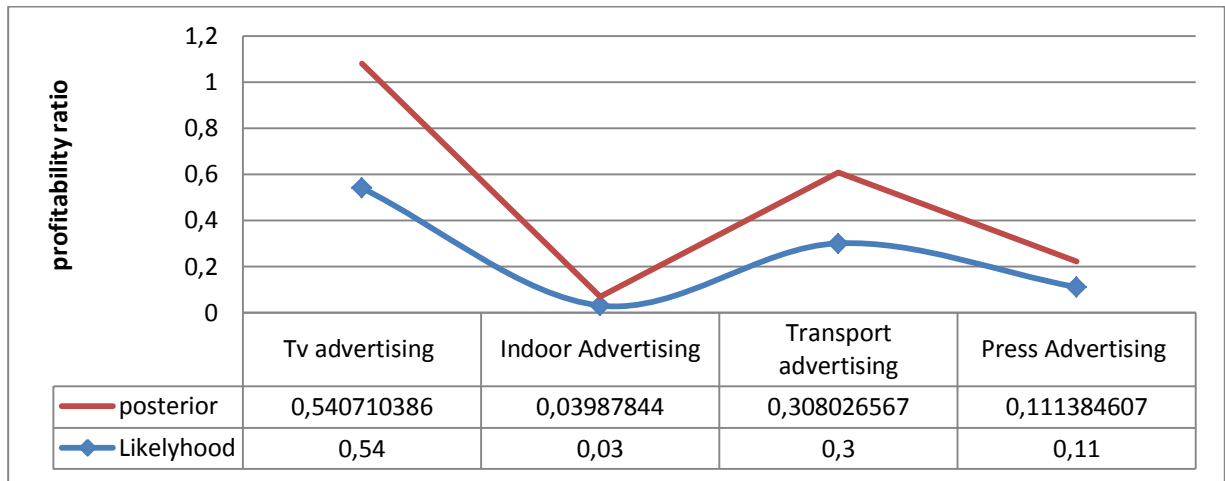


Fig. 4. Bayesian inference of the probability in which traditional means of advertising have improved the profitability of Join Tours LLC through its marketing strategy

It can be expressed in the following formula:

$$CPT = \text{Budget} / OTS\Sigma * 1000 \quad (2)$$

Here: Budget is the budget of the advertising campaign (the cost of all the planes involved in the advertising campaign);

OTSΣ (Opportunity To See) – the number of potential contacts of observers with advertising messages placed on all planes involved in the advertising campaign (for the period of the advertising campaign).

The CPT indicator is used to compare the cost-effectiveness of individual media and media plans among themselves.

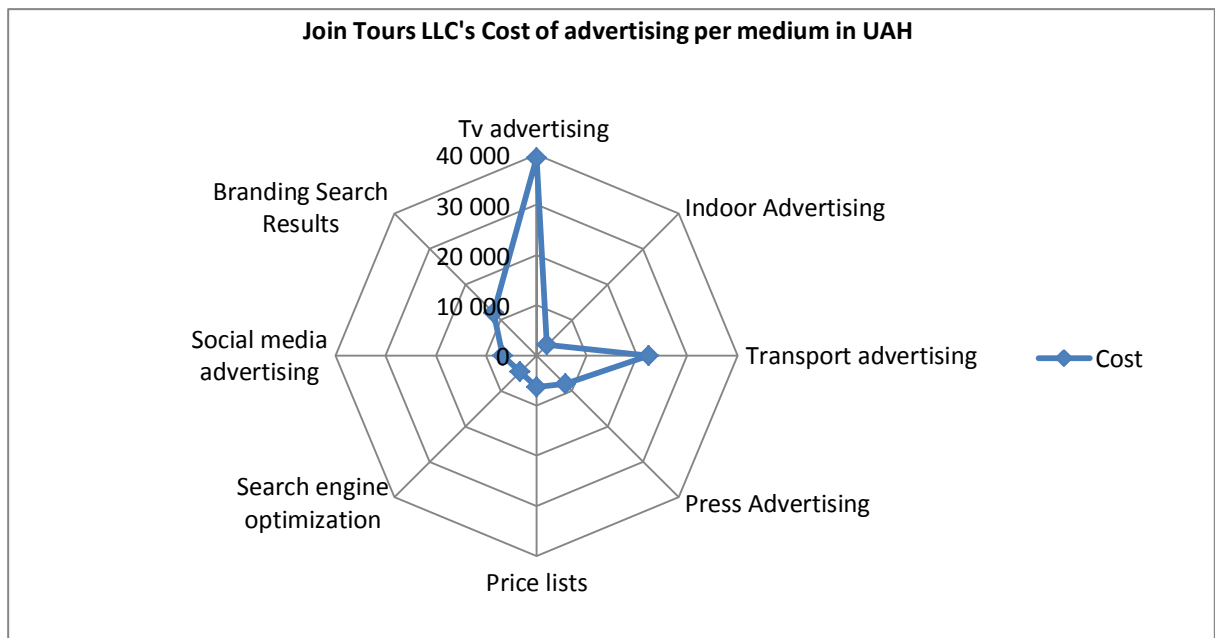


Fig. 5. Comparative analysis of the cost per medium in Join Tours LLC's forecast of the marketing budget

The lower the CPT, the more effective the media channel in terms of optimizing advertising investments. If the advertiser is interested in other social, demographic, geographic, and other groups, he can also resort to the comparison method described above. This method comes closest to the ideal cost comparison indicator.

In this case, the cost of bringing the advertisement to a certain number of real readers – potential consumers is compared, and not the cost of advertising with a certain circulation, etc.

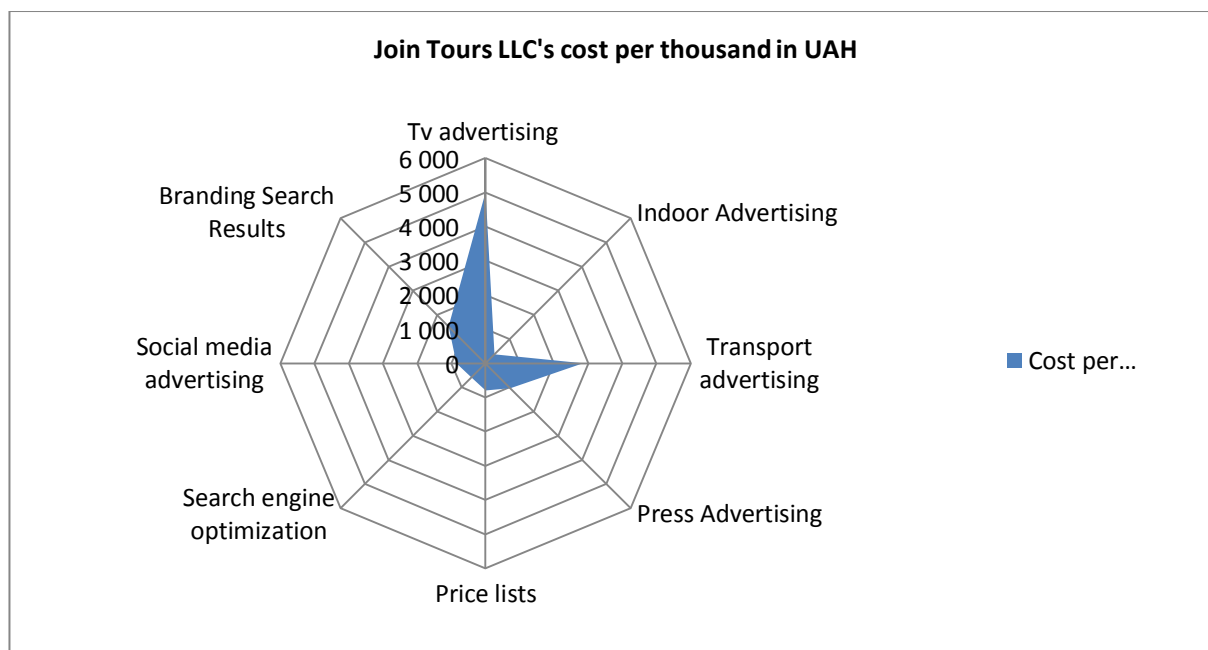


Fig. 6. Comparative analysis of the cost per thousand per medium in Join Tours LLC's forecast of the marketing budget

As seen in Figure 5, all the traditional means of advertising except indoor and press advertising are very expensive especially with TV advertising which costs 39321 UAH for the tourist company, this is not the case for marketing technologies which are very cheap, the more expensive medium in that area being the branding search results which cost 12000 UAH. As shown in Figure 6, after the calculation of the cost per thousand per medium, we can notice that traditional forms of marketing such as TV advertising and transport advertising have CPTs higher than 4000 UAH, (except of course for indoor and press advertising) on the contrary of marketing technologies which have CPTs lower than 2000 UAH. This means that marketing technologies have mostly contributed to the excellent performance of Join Tours LLC's 2018 touristic season. Now, knowing that marketing technologies are suitable for the future marketing strategy of Join Tours LLC, it will necessary for the organization to create its marketing strategy.

We can then assume that it is necessary for businesses to have the required capacity to meet the demand caused by advertising activities.

If a potential customer encounters a lack of opportunity to purchase the advertised product (tourist product) or service, the effectiveness of the advertising

campaign of the organization falls, and the more such customers, the lower the effectiveness of advertising. In this case, it is better to spend some part of the budget of the advertising campaign of the enterprise (and, perhaps, the entire advertising budget of the company) to eliminate the lack of such an opportunity.

Of course, these tips do not claim to be a method of calculating the budget of the advertising campaign of the enterprise. In an overview of methods of calculation of the advertising budget, we note several features of the currently existing methods of calculating the advertising budget.

Conclusion. Given the difficulty of obtaining figures on the sales of the entire tourism sector, we have in this analysis considered only the criteria for evaluating the effectiveness of costs per medium used in the marketing strategy of Join Tours LLC in its sector of activity. Assessing the relevance of a strategy is essential to determine whether it is good or not and if so to change it.

Given the difficulty of obtaining figures on the sales of the entire tourism sector, in this analysis, we have only considered the evaluation criteria of the cost and effectiveness of the company to position it in a win-win situation in its sector of activity. It's important to balance the marketing budget. For the company, there is a need for a minimum cost of investment for a high rate of profitability. A too small budget can be a sword in the water. The desired results may never be achieved and some people will mistakenly believe that marketing does not work. The result of a marketing strategy is often unpredictable. Marketing is not an exact science and has its share of risk. Fortunately, it is possible to test different approaches to identify the one that will lead us to success.

It is precisely with the operational marketing that the realization by the action of the different approaches will be constantly adapted to the variations of the market.

Besides, this study has shown that despite the fact that they are not that expensive to exploit, marketing technologies can be effective marketing tools for tourism companies at the micro and macroeconomic level. The study of the set up of a marketing strategy using these tools can constitute an interesting lead for further researches.

References:

1. Batra R., Myers D. D., Aaker D. A. Advertising management: Per. from english – 6th ed. – St. Petersburg: Peter, 2012. – 458 s.
2. Bagiyev G.L. Basics of modern marketing. Study way. St. Petersburg: Publishing house SPbGUEF, 2005. 487s.
3. Bagiyev G.L., Krasikova N.I. Motivation of commercial communications in the marketing system. Study way. St. Petersburg: Publishing house of SPbGUEF, 2004. 411 s.
4. Bagiyev G.L. and others Marketing: Textbook for high schools / G.L. Bagiyev, V.M. Tarasevich, H. Ann; Pod obsch.red.G.L. Bagiyev M.: OJSC Publishing House "Economics", 2009. – 500 p.
5. Golubkov E.P. Fundamentals of Marketing. M.: Prospect, 2010. – 498 s.
6. Kazurov A.V. Control over the course of advertising campaign and assessment of its economic (trade) effect – 2010. -№ 2. – September 19-23.
7. Kochetkova AP, How to hang in grams // Management and Marketing -2009. No. 3. – P. 14-16.

8. Marketing: Textbook / AN Romanov, Yu.U. Korlyugov, S.A. Krasilnikov and others; ed. AN Romanova – Moscow, Banks and exchanges, UNITI, 2006. – 550 p.
9. Skorodelov K.V. Planning an advertising campaign for an advertising agency. – 2005, No. 3 – P. 15-20.
10. Planning an advertising budget. URL: <http://de.ifmo.ru> (processing date: 10.09.12)
11. Romat E.S. Formation of an advertising budget. URL: <http://www.inventech.ru> (date processing: 10.03.13 Bayesian network electronic resource : URL : http://en.wikipedia.org/wiki/bayesian_network

Сорока Л.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувача кафедри управління підприємницькою
та туристичною діяльністю
Ізмаїльського державного гуманітарного університету*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

У статті розглянуто сутність стратегії підприємства, надано визначення фінансової стратегії. Указано основні цілі та завдання фінансової стратегії. Охарактеризовано види фінансової стратегії підприємств. Розглянуто основні чинники, що впливають на процес формування фінансової стратегії. Сформовано концепцію розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємства. Розглянуто основні методики розроблення фінансової стратегії, виявлено їхні переваги та недоліки. Запропоновано загальну схему формування фінансової стратегії. Розглянуто основні етапи формування фінансової стратегії. Висвітлено основні проблеми сучасних підприємств, які виникають у процесі формування та реалізації фінансової стратегії, та надано конкретні рекомендації щодо формування якісної фінансової стратегії підприємства.

Вступ. Ринкова економіка, у рамках якої сьогодні функціонують усі підприємства, характеризується таким принципом, як самостійність господарюючих суб'єктів. Самостійність підприємств, як правило, призводить до повної відповідальності за результати діяльності, тому у керівництва (власників) підприємств виникає об'єктивна необхідність регулярної оцінки поточного фінансового стану, визначення тенденцій розвитку та перспективних фінансових можливостей. На вирішення таких питань і спрямована фінансова стратегія підприємства.

Сьогодні існує нагальна потреба у фінансовій стратегії у будь-якого підприємства незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності.

Фінансова стратегія забезпечує відповідність фінансово-економічних можливостей підприємства умовам, які склалися на ринку продукції, враховуючи фінансові можливості підприємства та розглядаючи характер впливу на фірму внутрішніх та зовнішніх чинників.

Фінансова стратегія підприємства – це складова частина загальної стратегії розвитку підприємства, тому вона повинна узгоджуватися з її цілями та напрямками. Своєю чергою, фінансова стратегія суттєво впливає на загальну стратегію підприємства як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах. Відбувається синергетичний зв'язок, тому зміна ситуації на макрорівні спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку на рівні підприємства.

Сьогодні чимало досліджень присвячено темам стратегічного управління, проблемам розроблення фінансової стратегії та її реалізації. Вагомий внесок у дослідження процесу формування та вдосконалення фінансової стратегії підприємства зробили такі вчені, як І. Ансофф, І.О. Бланк, Ю.В. Гусев, Г.О. Партин, Л.Д. Радова, І.Г. Ткачук, З.Є. Шершньова та ін. Та з причин мінливості зовнішнього середовища та динамічності внутрішніх чинників постає проблема формування, корегування фінансової стратегії з урахуванням впливу значної кількості чинників екзогенного та ендогенного характеру на діяльність підприємств.

Раціональний вибір фінансової стратегії підприємства та її об'єктивне обґрунтування є запорукою ефективної діяльності та сталого розвитку підприємства. У цьому полягає актуальність даної публікації, метою якої є вдосконалення науково-методичних підходів до вибору, формування та реалізації фінансової стратегії сучасних підприємств.

1. Фінансова стратегія: сутність, цілі та завдання

Сьогодні спостерігаються потужні динамічні суспільні перетворення, які призводять до певних зрушень в економіці кожної країни. Будь-який суб'єкт господарювання в ринковій економіці підпадає під дію таких змін. Здатність вчасно та адекватно реагувати на мінливі зовнішні чинники у ринковому середовищі, такі як фінансова криза, політична нестабільність у державі та за її межами, зміна валютних курсів, тарифів на імпоротно-експортні операції чи внесення поправок до податкового законодавства, є запорукою успішного функціонування підприємства на ринку.

Для вирішення вказаних вище проблем господарюючі суб'єкти використовують стратегію як явище та інструмент.

Найчастіше стратегію ототожнюють із позицією на ринках, із заходами, що дають змогу зміцнити конкурентну позицію та збільшити частку на ринках, вести боротьбу за нові ринки тощо [1].

За більш широким визначенням стратегія – це конкретизована у певних показниках позиція в середовищі, яку займає підприємство, це своєрідний погляд на внутрішнє і зовнішнє середовище і спроба знайти шляхи ефективного пристосування до зовнішніх, неконтрольованих фірмою

чинників за допомогою проведення необхідних змін елементів та їхніх комбінацій внутрішнього середовища [2].

Стратегія – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає як організація функціонуватиме та розвиватиметься зараз та в перспективі, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану [1].

У фундаментальній праці І. Ансоффа «Стратегічне управління» наводиться таке поняття стратегії: «За своєю сутністю стратегія є переліком правил для прийняття рішень, якими організація користується у своїй діяльності» [3]. Стратегія тут – це стрижень, навколо якого концентруються всі види виробничо-господарської діяльності.

Високий рівень конкурентоспроможності, платоспроможності, фінансової стійкості та прибутковості суб'єкта господарювання досягається за рахунок правильного управління фінансами, що охоплює процеси управління активами, витратами, інвестиціями, обіговими коштами, прибутком у короткотерміновому і довготерміновому періодах; планування основних фінансово-економічних показників на поточний період і на перспективу. Сумарність цих дій і процесів утворює фінансову стратегію, базис і відправну точку управління не тільки фінансами підприємства, а й підприємством у цілому.

Фінансова стратегія є невід'ємним складником стратегії розвитку певного підприємства.

Поняття «фінансова стратегія» загалом можна тлумачити як довгостроковий курс цілеспрямованого управління фінансами для досягнення загальних організаційних стратегічних цілей [4, с. 15].

Фінансова стратегія підприємства вирішує завдання, що забезпечують фінансову стійкість підприємства в ринкових умовах господарювання. Вона окреслює основні шляхи, якими потрібно рухатися суб'єкту господарювання, щоб досягнути поставленої мети [4, с. 20].

Формування фінансової стратегії є доволі важким і трудомістким процесом, оскільки потребує значних витрат часу, праці й умінь проводити комплексні розрахунки. Фінансова стратегія підприємства охоплює всі боки діяльності підприємства, у тому числі оптимізацію основних та обігових коштів, безготівкових розрахунків; розподіл прибутку, податкову й цінову політику, політику в галузі цінних паперів тощо.

Фінансова стратегія забезпечує відповідність фінансово-економічних можливостей підприємства умовам, які склалися на ринку продукції, враховуючи фінансові можливості підприємства і розглядаючи характер внутрішніх та зовнішніх чинників. В іншому разі підприємство може збанкрутіти [5, с. 3].

Розрізняють генеральну фінансову стратегію, оперативну фінансову стратегію і стратегію виконання окремих стратегічних завдань, іншими словами – досягнення стратегічних цілей підприємства [6, с. 81].

Генеральною фінансовою стратегією називають фінансову стратегію, яка визначає діяльність підприємства. Оперативна фінансова стратегія – це стратегія поточного маневрування фінансовими ресурсами, тобто стратегія контролю над процесом витрат коштів і мобілізацією внутрішніх резервів, що особливо актуально в сучасних умовах економічної нестабільності. Ця стратегія охоплює:

- валові доходи і надходження коштів: розрахунки з покупцями, надходження за кредитними операціями, доходи за цінними паперами;
- валові витрати: платежі постачальникам, заробітна плата, погашення зобов'язань перед бюджетами всіх рівнів і банками.

Оперативна фінансова стратегія розробляється в рамках генеральної фінансової стратегії, деталізує її на конкретному проміжку часу.

Чинники, що впливають на процес формування фінансової стратегії підприємства, зображені на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Чинники, що впливають на процес формування фінансової стратегії

Головною метою фінансової діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту його власників [7, с. 125].

Вона досягається шляхом конкретизації цілей з урахуванням завдань та особливостей майбутнього фінансового розвитку підприємства.

Система стратегічних фінансових цілей повинна забезпечувати формування достатнього обсягу власних фінансових ресурсів і високу рентабельність використання власного капіталу; оптимізацію структури активів і оборотного капіталу; встановлення прийнятного рівня фінансових ризиків у процесі здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства в довготерміновому періоді.

Фінансові стратегічні цілі мають бути сформовані чітко і коротко та відображати кожну із цілей у конкретних показниках – цільових стратегічних нормативах. Прикладами таких цільових стратегічних нормативів з окремих аспектів фінансової діяльності підприємства можуть бути: середньорічний темп росту власних фінансових ресурсів, сформованих із внутрішніх джерел; мінімальна частка власного капіталу в загальному розмірі капіталу, що використовується підприємством; коефіцієнт рентабельності власного капіталу; співвідношення обігових і необігових активів; мінімальний рівень грошових коштів, що може забезпечити поточну платоспроможність підприємства; граничний рівень фінансових ризиків у розрізі основних напрямів господарської діяльності підприємства тощо.

Проблемою під час розроблення фінансової стратегії підприємства є відсутність наукових розробок у сфері оцінки її якості формування і реалізації.

На нашу думку, оцінка ефективності формування і реалізації фінансової стратегії, що потребує визначення через відношення отриманого фінансового ефекту до витрат на його отримання, визначається лише за кінцевими результатами діяльності підприємства, що не дає змоги вчасно коригувати фінансові стратегії на проміжних етапах їх упровадження.

Проведені теоретико-практичні дослідження із цього питання довели, що аналіз якості фінансової стратегії, не виключаючи потреби оцінки її ефективності, є необхідним додатковим інструментом забезпечення високого рівня фінансового планування, а також своєчасної обґрунтованої зміни методів, форм і напрямів фінансового розвитку підприємства, що вимагає розгляду ефективності як складника якості.

Результати дослідження дали змогу сформулювати концепцію розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємства (рис. 1.2).

Фінансова стратегія підприємства включає у себе:

- 1) аналіз фінансового стану;
- 2) оптимізацію основних та оборотних засобів;
- 3) розподіл прибутку тощо [8, с. 132].

Фінансова стратегія підприємства згідно зі своєю стратегічною метою забезпечує:

- 1) формування та ефективне використання фінансових ресурсів;
- 2) виявлення найефективніших напрямів інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках;

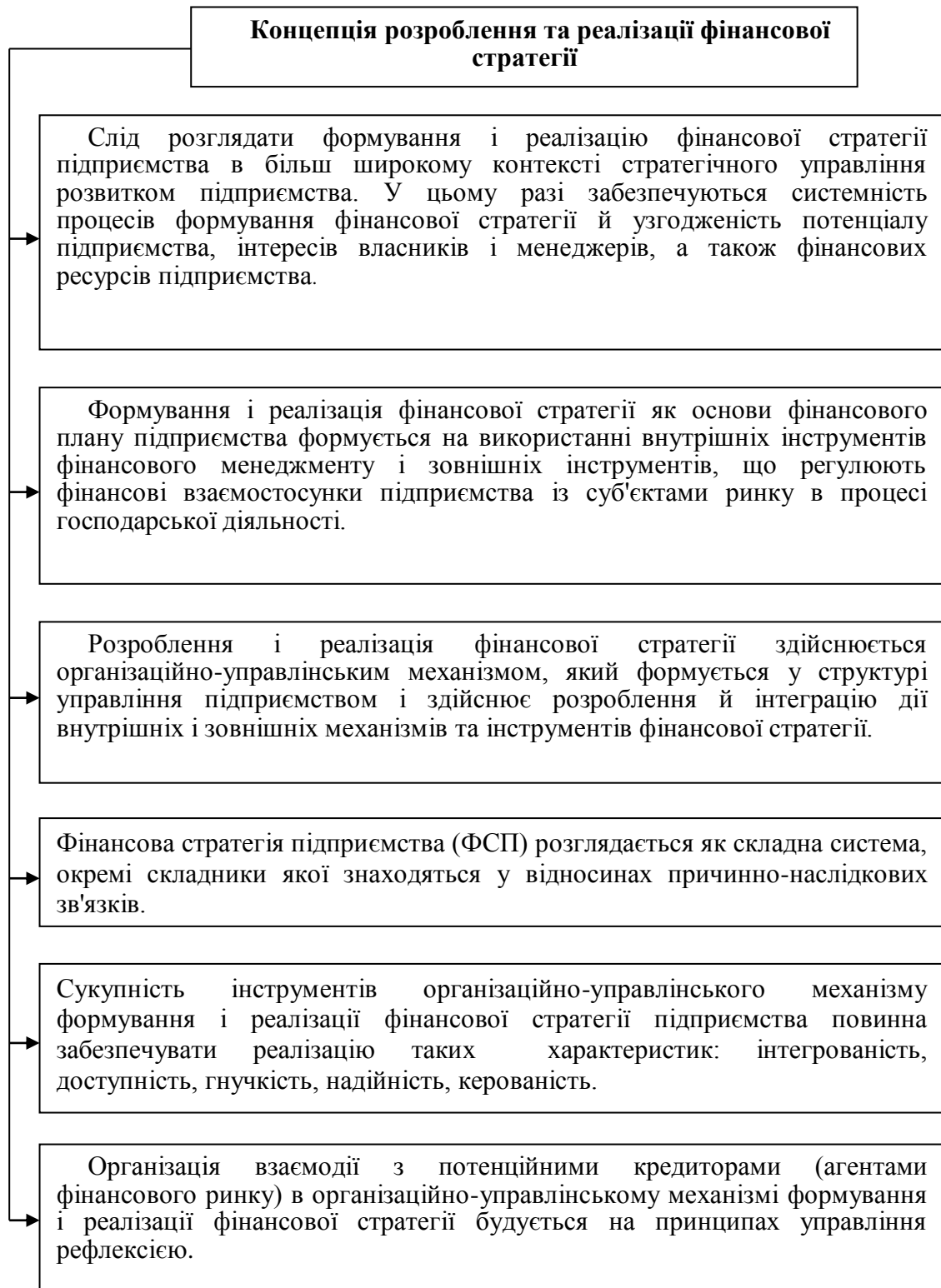


Рис. 1.2. Концепція розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємства

- 3) відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;
- 4) визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямів фінансових дій та маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами;
- 5) створення та підготовка стратегічних резервів;

б) ранжування та поетапне досягнення цілей.

Таким чином, успіх фінансової стратегії підприємства гарантується за взаєморівноваги теорії і практики фінансової стратегії, за співпадання стратегічних цілей із реальним економічним та фінансовим можливостям через жорстку централізовану фінансову стратегію.

Завданням фінансової стратегії є:

- дослідження характеру і закономірностей формування фінансів у ринкових умовах господарювання;
- визначення фінансових взаємин із постачальниками і покупцями, бюджетами всіх рівнів, банками, фінансовими інститутами;
- виявлення резервів і мобілізація ресурсів підприємства для найбільш раціонального використання виробничих потужностей, основних фондів і оборотних коштів;
- забезпечення підприємства фінансовими ресурсами, необхідними для виробничо-господарської діяльності;
- забезпечення ефективного вкладення тимчасово вільних грошових коштів підприємства;
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності; вивчення економічних та фінансових можливостей ймовірних конкурентів;
- визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та стратегічного використання фінансових можливостей, нових видів продукції та всебічної підготовки кадрів підприємства до роботи в ринкових умовах господарювання, їх організаційної структури і технічного оснащення;
- розроблення та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- розроблення способів виходу з кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств [4, с. 15].

Фінансова стратегія розробляється з урахуванням ризику неплатежів, інфляції та інших форс-мажорних обставин. Таким чином, фінансова стратегія повинна відповідати виробничим завданням і за необхідності коригуватися та змінюватися.

Контроль над реалізацією фінансової стратегії забезпечує перевірку надходжень підприємства, раціональне їх використання, оскільки добре налагоджений фінансовий контроль допомагає виявляти внутрішні резерви, підвищувати рентабельність господарства, збільшуючи капітал суб'єкта господарювання.

Таким чином, успіх фінансової стратегії підприємства гарантується у разі виконання таких умов:

- за взаємної рівноваги теорії та практики фінансової стратегії;
- за відповідності фінансових стратегічних цілей реальним економічним та фінансовим можливостям.

Підсумовуючи викладене вище, можна зробити висновок, що фінансова стратегія є головним складником у процесі управління фінансами

підприємства, без її належного формування суб'єкту господарювання дуже важко оминати фінансові проблеми під час здійснення виробничо-господарської діяльності у сучасному глобалізованому, динамічному й конкурентному ринковому середовищі.

2. Методика розроблення фінансової стратегії підприємства

Розроблення фінансової стратегії підприємства – це складний і багатоетапний процес, який повинен базуватися на поєднанні теоретичних та практичних розробок та моделей. Незважаючи на те що сьогодні в ринковій економіці стратегічне управління займає одне з ключових місць, єдиних правил, рекомендацій, методик і моделей для розроблення фінансової стратегії не існує. Розглянемо найбільш поширені рекомендації та методи, які використовують у процесі розроблення фінансової стратегії.

Моделювання фінансової стратегії компанії повинно здійснюватися на основі реалізації таких принципів: послідовної реалізації стратегії сталого розвитку компанії; базування на сучасних теоретичних і практичних моделях і рекомендаціях; урахування організаційної структури компанії; наявності альтернативних варіантів під час формування стратегії тощо [9].

Загальна схема формування фінансової стратегії включає такі етапи:

- опис компанії як відкритої системи;
- постановка стратегічних цілей;
- розроблення варіантів стратегії;
- визначення критеріїв відбору варіантів;
- конкретизація вибраного варіанта фінансової стратегії;
- оформлення фінансової стратегії, її затвердження та доведення до виконавця;
- організація контролю над реалізацією стратегії [9].

Розроблення моделі фінансової стратегії компанії повинно бути органічно вбудоване в роботу з підготовки та реалізації загальної стратегії компанії.

Під час розроблення фінансової стратегії компанії ефективно використання методу сценаріїв (наближений до реальності опис тенденцій, які можуть проявлятися у фінансово-економічній сфері діяльності компанії). В економічній літературі аналізуються особливості реалізації «методу сценаріїв». До найбільш загальних підходів у рамках цього методу можна віднести виділення трьох основних видів сценаріїв: оптимістичний, песимістичний (комплекс ключових чинників, що відображають найбільш негативний варіант розвитку подій), реальний (як правило, займає середнє положення між першим і другим із названих).

Сценарії дають змогу виявити основні чинники макро- і мікросередовища, які необхідно враховувати під час розроблення ефективної фінансової стратегії великої компанії.

У системі розроблення фінансової стратегії одне з ключових місць займає фінансове планування, що реалізовується на основі планування

виробництва та комерційної діяльності, а також контролю над процесом використання коштів.

В останні роки більшість компаній, які вибирають традиційні форми планування, «дрейфує» в напрямі використання його сучасної форми – бюджетування.

Проте видається, що бюджетування діяльності промислових підприємств в умовах ринкової економіки істотно відрізняється від колишніх підходів до організації планування. Передусім це стосується органічного поєднання процесу планування з процесом контролю і відповідальністю в рамках окремих підрозділів компанії.

Фінансовий план компанії (у сучасному форматі його розуміння) – це вибір та обґрунтування джерел доходів, оцінка можливостей отримати, запозичити, залучити фінансові ресурси; розподіл фінансових ресурсів, а також контроль над реалізацією окремих фінансових заходів (платежі, виконання кошторисів, оплата праці працівників тощо) [10].

Виділення фінансового планування як особливого виду планування зумовлене: відносною самостійністю руху грошових коштів по відношенню до матеріально-речових елементів виробництва; активним впливом опосередкованого грошового розподілу на виробництво; необхідністю адміністрування під час прийняття рішень про розподіл фінансових ресурсів.

Необхідність вирішення цих завдань зумовлює складну схему фінансового планування, в яку, крім вищевикладеної загальної схеми, може бути включено низку функціонально-орієнтованих планів, зокрема: план науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, виробництва, збуту; матеріально-технічні та фінансові плани, фінансові плани виробничого відділення, дочірніх компаній, філіалів, холдингу.

Фінансове планування забезпечує необхідний контроль над утворенням і використанням матеріальних, трудових і грошових ресурсів, створює необхідні умови для поліпшення фінансового стану компанії. Воно взаємопов'язане з плануванням господарської діяльності і будується на основі інших показників плану (обсягу виробництва та реалізації, кошторису витрат на виробництво, плану капітальних вкладень та ін.). Однак процес складання фінансового плану не є простим арифметичним перерахунком показників виробництва.

У процесі складання проекту фінансового плану здійснюється творчий підхід до показників виробничого плану, у рамках даного процесу виявляються і використовуються не враховані внутрішньогосподарські резерви; розглядають методи більш ефективного використання виробничого потенціалу компанії, більш раціонального використання матеріальних та грошових ресурсів, можливості підвищення споживчих властивостей продукції, що випускається, і т. д.

Розроблення фінансового плану пов'язане з плануванням: витрат на реалізовану продукцію, виручки від реалізації, грошових накопичень, амортизації, обсягу та джерел фінансування, інвестицій, потреб в оборотних

коштах і джерелах їх покриття, прибутку, взаємовідносин із бюджетом і банками [11, с. 301].

Загальний фінансовий план розробляється наскрізно з необхідними проміжними узгодженнями по службах та підрозділах компанії. Процедура фінансового планування не зводиться тільки до планування фінансових показників фірми у цілому, а включає також планування натуральних показників і планування за структурними підрозділами.

У процесі фінансового планування відстежуються фінансові, а також натуральні показники, якими характеризується діяльність організації. У зведену службу поступають підсумкові показники від кожного підрозділу, які за необхідності можуть бути деталізовані.

Фінансове планування здійснюється постійно, ковзаючим чином, перші два місяці – потижнево, далі – помісячно (два-три місяці), потім – поквартально. Процедура планування на наступні періоди формується після зіставлення фактичних (очікуваних) результатів попереднього періоду з плановими.

У процесі розроблення проекту фінансового плану доцільно використовувати такі методи: економічного аналізу та синтезу; екстраполяції; прямого рахунку; нормативний; багатоваріантності; балансовий.

Сутність фінансового планування пов'язана з тим, що одночасно плануються прибутки і рух капіталу (особливо грошових коштів).

Результативність системи фінансового планування компанії зумовлюється наявністю схеми координації всіх планів компанії та системи відповідальності за виконання кожного плану. Система відповідальності реалізується шляхом уведення центрів фінансової відповідальності.

Залежно від розподілу функцій і обов'язків слід включати у відповідний план по центру фінансового обліку тільки ті статті витрат, за які відповідає і на які може вплинути підрозділ.

Традиційно виділяють такі види ЦФВ: центри витрат; центри прибутку; центри інвестицій [12, с. 87].

Під час створення такої системи підрозділи компанії класифікуються за джерелами виникнення доходів або витрат. Це необхідно для мотивації співробітників та ефективної організації управлінського обліку.

Компанія ділиться не за ланками, які виконують будь-які функції, а за центрами фінансового обліку. Така деталізація дає змогу максимально об'єктивно діагностувати стан компанії.

Управлінські функції делегуються структурними ланками середнього рівня. Тільки за цієї умови можна створити повноцінні центри фінансової відповідальності або самостійні бізнес-центри всередині компанії.

В організації і виборі найбільш удакої фінансової стратегії допоможуть такі дії:

- організація може здійснювати вибір залежно від цілей;
- вибір варіантів може бути прерогативою вищого керівництва;
- організація може найняти будь-які агентства.

Вибір залежно від цілей. Цей метод зосереджується на цілях організації, залежно від яких й оцінюються альтернативні стратегії. Визначаються сильні та слабкі сторони різних варіантів стратегії. Причому найбільш якісний і оптимальний із них може бути вибрано для реалізації.

Однак, насправді, навіть тоді, коли має місце раціональний підхід до вибору стратегії, часто буває необхідно переглянути цілі у світлі змін, які відбулися, навіть тоді, коли вже отримана позитивна оцінка стратегії, що розроблена. Дана дія описується як «постраціоналізація», яка встановлює, що цілі відповідають стратегії і, навпаки, стратегія відповідає цілям.

Для успішного використання даного методу необхідно, щоб цілі були чітко визначені і зрозумілі, а також виражені кількісно.

Звернення до вищестоящого в ланці управління. Це також поширений метод для вибору конкретної стратегії із серії альтернативних варіантів. Зазвичай серія життєздатних варіантів стратегії спільно з індивідуальними оцінками передається вищому керівництву, яке й повинно прийняти рішення про конкретні шляхи дій. Ця ланка управління згодом, керуючись своєю підприємницькою інтуїцією, прийме рішення виходячи з того, якою мірою конкретна стратегія відповідає загальному призначенню організації.

Наймання агентств і фахівців, що не входять у дану організацію, для розроблення фінансової стратегії для неї – звичайне явище під час формування та вибору стратегії. Їх часто наймають через наявність певних проблем або конфліктів усередині організації. Однак широта та глибина їхнього досвіду в різних питаннях не завжди є повною у зв'язку з відсутністю повної інформації про компанію, її особливості, наявний досвід, певні проблеми. Консультанти часто мають досвід роботи з подібними організаціями, який не можна один в один прикласти до конкретної ситуації. Під час прийняття рішень у такому разі необхідні консультації з керівництвом і колективом підприємства.

3. Проблеми сучасних підприємств, які виникають у процесі формування та реалізації фінансової стратегії

Настав час, коли багато керівників усвідомили, що ринкова економіка кардинально відрізняється від планової, тому для успішної роботи необхідно чітко розуміти напрями діяльності підприємства і механізми реалізації вибраної стратегії розвитку. Через це бюджетування, будучи одним зі способів ефективної роботи компанії, стає сьогодні реальною необхідністю та обов'язковим складником фінансової стратегії сучасних підприємств.

Традиційно вважається, що завдання підготовки бюджету – це завдання, яке перш за все належить до компетенції фінансових і планово-економічних служб за деякого сприяння відділу виробництва, хоча на багатьох підприємствах складання бюджету полягає у складанні кошторисів витрат по різних підрозділах. Багато керівників підрозділів, що складають кошторис-бюджет, зацікавлені, перш за все, у тому, щоб «вибити» на свою структуру як можна більше ресурсів, часто при цьому інтереси керівників

структурних підрозділів не збігаються з інтересами підприємств. Коли в складанні бюджету беруть участь не тільки фінансовий і плановий відділи, а й усі інші керівники підприємства, де кожен із них не тільки готує свою частину бюджету і звітує за його виконання, а й відповідає за низку показників, на основі яких оцінюється його робота, це змінює стиль управління господарського суб'єкта: замість нескінченних пошуків винних і «гасіння пожеж» керівники починають думати не про те, «що буде, якщо...», а про те, як їхні рішення вплинуть на кінцеві результати діяльності всього підприємства.

Ключову роль у підготовці бюджету все ж відіграють фінансові менеджери, для яких бюджет представляється у вигляді екстраполяції фінансової звітності. Тому складання бюджету господарюючого суб'єкта закінчується прогнозом основних фінансових документів: балансу, звітів про доходи та витрати і рух грошових коштів тощо [13, с. 130].

За оцінками фахівців, через те, що підприємства не формують річні бюджети, вони втрачають за рік до 20% своїх доходів. Основною причиною цього є нездатність підприємств науково спрогнозувати й обґрунтувати обсяги продажів через відсутність інформації про своїх потенційних покупців і про ринки збуту своєї продукції [14].

Із погляду послідовності підготовки документів для складання основного бюджету весь процес бюджетування розбивається на дві частини, кожна з яких є закінченим етапом планування: підготовка операційного бюджету та підготовка фінансового бюджету.

Операційний бюджет складається з: бюджету продажів; бюджету виробництва; бюджету виробничих запасів; бюджету прямих витрат на матеріали та енергоресурси; бюджету виробничих накладних витрат; бюджету прямих витрат на оплату праці; бюджету комерційних витрат; бюджету управлінських витрат; звіту про прибутки і збитки.

Фінансовий бюджет складається з: інвестиційного бюджету; касового бюджету; балансового звіту [15, с. 93].

Бюджет компанії повинен складатися, починаючи не з виробничого планування, як це робилося раніше, а з бюджету продажів. План виробництва та бюджет виробничих витрат складаються на основі плану продажів так, щоб цей план продажів був задоволений і витрати на виробництво були б мінімальними. Цей підхід повністю суперечить традиційному уявленню про сутність бюджетування. Це є основною відмінністю між соціалістичним плануванням і бюджетуванням в умовах ринкової економіки.

Великою проблемою під час складання бюджету нині є формування прогнозних документів фінансової звітності та опис зв'язків між ними, принципів визнання та оцінки інформації в даних звітах. Облікова політика, що застосовується до складання фінансової звітності, і принципи, на підставі яких складається бюджет, повинні бути обов'язково узгоджені між собою для того, щоб була надійна основа для проведення порівняльного аналізу. Крім того, фінансова звітність повинна відображати реальні

результати роботи підприємства і реальний фінансовий стан. Однак на українських підприємствах із цим великі проблеми.

Якщо мова заходить про зв'язок плану продажів, плану надходження грошових коштів та дебіторської заборгованості, то тут починаються зовсім нерозв'язні проблеми. Внаслідок непорозуміння цього багато підприємств намагаються окремо робити бюджети по кожних документах фінансової звітності, що призводить до втрат і некоректностей як у плановій, так і в аналітичній інформації і до того, що неможливо реально оцінити результати виконання бюджету.

Іншою помилкою, яку здійснюють компанії, є те, що вони намагаються пов'язати принципи підготовки бюджету і нормативи бухгалтерської звітності, тому що іншої звітності просто немає. Але ні для кого сьогодні не секрет, що бухгалтерська звітність (навіть якщо 100% бізнесу компанії прозорі) є засобом тільки розрахунку податків, а до відображення реального фінансового стану підприємства їй далеко. Що ж тоді підприємства намагаються представити в бюджет? У кращому разі – прогноз податків, і вже ніяк даний бюджет не буде допомагати приймати управлінські рішення, впливати на стратегію і тактику компанії, тому що він буде далекий від реального життя.

Проблемою є й урахування інфляції під час підготовки бюджету. Ця проблема ускладнюється тим, що в Україні сьогодні інфляція слабо прогнозована.

Один із напрямів управління фінансами – це ефективне управління потоками грошових коштів. Повна оцінка фінансового стану підприємства неможлива без аналізу потоку грошових коштів. Одне із завдань управління потоками грошових коштів полягає у виявленні взаємозв'язку між цими потоками і прибутком, тобто чи є отриманий прибуток результатом ефективних потоків грошових коштів або це результат будь-яких інших чинників [14].

Управління потоками грошових коштів передбачає аналіз цих потоків, облік їх руху і розроблення плану цього руху.

У результаті аналізу грошових потоків підприємство повинно отримати відповідь на головні питання: звідки надходять кошти, на які цілі вони використовуються.

Висновки слід робити як у цілому за підприємством, так і за кожним видом його діяльності: основної, інвестиційної та фінансової. На підставі цього приймаються рішення про джерела фінансування та про забезпеченість кожного виду діяльності необхідними коштами тощо.

Будь-яке підприємство не застраховане від негативних впливів під час здійснення своєї діяльності. Головним чином, негативні впливи виникають не в самій методиці здійснення стратегічного планування, а в робочому середовищі підприємства, способі мислення основного управлінського персоналу.

Обмеженість застосування існуючих стратегій і стратегічних моделей зумовлена їхньою надмірною спрощеністю. Вони не відображають дійсності

в усій її складності. Спостерігається нестача плідних ідей. Причина полягає у класичному протистоянні між практиками і теоретично підкованими фахівцями. Перші зазвичай пропонують занадто спрощені відповіді на питання, а теоретики, навпаки, занадто ускладнюють вирішення тих же проблем, через що їх важко реалізувати.

Складні організаційні проблеми неможливо швидко проаналізувати або досліджувати з теоретичних позицій в академічних структурах. Рішення, мабуть, знаходиться десь посередині між думками теоретиків і практиків. Складний організаційний аналіз не може бути просто зведений до дослідження окремих елементів. І навпаки, охоплюючи ситуацію в усіх деталях, можна отримати занадто складну відповідь, яку не можна використовувати на практиці.

Стратегія повинна бути більш системною, враховувати за можливості всі накопичені знання, носити інноваційний характер.

Сьогодні менеджерам слід відмовитися від старих поглядів, що уходять корінням в історію певного підприємства. Під сумнів повинні бути поставлені сформовані уявлення про галузь, методи роботи, її організацію, стратегії і т. п. Позиція менеджерів повинна базуватися на уявленнях, які впливають на образ мислення й аналіз обстановки, що і визначає характер стратегії.

Великі проблеми виникають у господарюючих суб'єктів і за суворої реалізації стратегічних планів. Це, перш за все, можливо у тому разі, коли ігноруються культурний аспект підприємства та його індивідуальність. Сюди ж відносяться недостатня зацікавленість персоналу в змінах, недооцінка його опору нововведенням, дефекти в комунікації, неясна постановка цілей, змішання сфер відповідальності, непередбачені труднощі, неефективне відстеження робіт і несвоєчасне їх коригування, а також недостатнє взаєморозуміння учасників.

Іноді на заваді процесу стратегічного управління стає впевненість керівництва та менеджерів середньої ланки управління у статичності та повній контрольованості процесу стратегічного планування та зовнішнього середовища. У такому разі не враховуються складність, хаотичність, заплутаність обстановки, наявність різних поглядів на неї, динамічність організації як системи. Впевненість деяких управлінців у можливості все контролювати – ілюзорна. Потрібно прагнути не контролювати, а розумно керувати подібною складною системою, якою є будь-яке підприємство в ринковій економіці.

Висновки. Отже, відповідно до існуючих теоретичних доробок та в контексті даного дослідження вважаємо доречним таке визначення дефініції «стратегія»: це управлінський план дій, який спрямовано на досягнення поставлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься зараз та в перспективі, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів та дій треба вжити для того, щоб організація досягла бажаного стану.

Фінансова стратегія підприємства – це складова частина загальної стратегії розвитку підприємства, тому вона повинна узгоджуватися з її цілями та напрямками. Своєю чергою, фінансова стратегія суттєво впливає на стратегію підприємства як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах. Відбувається синергетичний зв'язок, тому зміна ситуації на макрорівні спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку на рівні підприємства.

Поняття «фінансова стратегія» загалом можна тлумачити як довгостроковий курс цілеспрямованого управління фінансами для досягнення загальноорганізаційних стратегічних цілей.

Головною метою фінансової діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту його власників.

Розрізняють генеральну фінансову стратегію, оперативну фінансову стратегію і стратегію виконання окремих стратегічних завдань.

Проведені теоретико-практичні дослідження із цієї проблематики довели, що аналіз якості фінансової стратегії, не виключаючи потреби оцінки її ефективності, є необхідним додатковим інструментом забезпечення високого рівня фінансового планування, а також своєчасної обґрунтованої зміни методів, форм і напрямів фінансового розвитку підприємства, що вимагає розгляду ефективності як складника якості.

В основі формування фінансової стратегії лежить розуміння джерел фінансових ресурсів, до яких має доступ компанія, та напрямів їх використання.

Фінансова стратегія підприємства згідно зі своєю стратегічною метою забезпечує формування та ефективне використання фінансових ресурсів; виявлення найефективніших напрямів інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках; відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства; визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямів фінансових дій та маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами; створення та підготовка стратегічних резервів; ранжування та поетапне досягнення цілей.

Таким чином, успіх фінансової стратегії підприємства гарантується за взаєморівноваги теорії і практики фінансової стратегії, за співпадіння стратегічних цілей із реальним економічним та фінансовим можливостям через жорстку централізовану фінансову стратегію.

Розроблення фінансової стратегії підприємства – це складний і багатоетапний процес, який повинен базуватися на поєднанні теоретичних та практичних розробок та моделей. Розроблення моделі фінансової стратегії компанії повинне бути органічно вбудоване в роботу з підготовки та реалізації загальної стратегії компанії.

Проблемою під час розроблення фінансової стратегії підприємства є відсутність наукових розробок у сфері оцінки її якості формування та реалізації.

Успіх фінансової стратегії підприємства гарантується у разі виконання таких умов: за взаємної рівноваги теорії та практики фінансової стратегії; за відповідності фінансових стратегічних цілей реальним економічним та фінансовим можливостям.

Список використаних джерел:

1. Ансофф І. Стратегічний менеджмент. URL: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/4229652/> (дата звернення: 17.12.2018).
2. Фінансова стратегія підприємства : монографія / І.О. Бланк та ін. ; за заг. наук. ред. І.О. Бланка. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 147 с.
3. Брюховецька Н. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Донецьк : ДонУЕП, 2006. 215 с.
4. Веретенникова Г.Б. Формування фінансових стратегій аграрних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 ; Харківський національний економічний університет. Харків, 2005. 22 с.
5. Гусев Ю.В. Стратегия развития предприятий. Санкт-Петербург : Книжник, 2012. 283 с.
6. Мельник А.Н. Стратегическое управление деятельностью предприятий в условиях развития рыночных отношений. Санкт-Петербург : Книжник, 2015. 263 с.
7. Партин Г.О. Формування стратегічної моделі управління витратами підприємства. *Фінанси України*. 2004. № 11. С. 124–133.
8. Радова Л.Д. Фінансова стратегія в системі управління підприємством. *Держава та регіони*. 2005. № 2. С. 130–135.
9. Стратегическое планирование. URL: <https://studfiles.net/preview/3583153/page:21/> (дата звернення: 25.12.2018).
10. Сутність стратегії. URL: http://www.vuzllib.su/strat_upr/36.htm (дата звернення: 11.01.2019).
11. Ткачук І.Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ. Серія «Економічні науки»*. 2008. № 2(44). С. 301–304.
12. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. Москва : Финансы, ЮНИТИ, 2004. 576 с.
13. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами : монографія / А.Г. Семенов та ін. Запоріжжя : КПУ, 2008. 188 с.
14. Фінансова стратегія підприємств. URL: http://ef.donnu.edu.ua/emk/Data/Finans/FinPr/FP_101.htm (дата звернення: 20.01.2019).
15. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2014. 384 с.

АВТОРИ МОНОГРАФІЇ

Abdullayev K.N. – Doctor of Philosophy in Economics (Ph.D. in Economics), Associate Professor Leading Scientific Fellow of Department “The Problems Development of Service Branches”, Institute of Economy, Azerbaijan National Academy of Sciences (ANAS) Baku, Azerbaijan Republic

Busarieva Tatiana – PhD, Associate Professor of the Faculty of International Economics Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Ievsieienko Olga – Ph.D. in Economics, Assistant Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Matthnai Ekouaghe – Postgraduate Student, Assistant Faculty of International Economic Relations, Department of Tourism, Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

Shvidanenko Oleg – Professor, Professor of the Faculty of International Economics Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Suschenko Olena – Doctor of Economic Sciences, Professor, Faculty of International Economic Relations, Head of Department of Tourism, Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

Volokhova Liudmyla – Ph.D. in Economics, Assistant Professor at Insurance, Banking, and Risk Management Department of Taras Shevchenko National University of Kyiv

Zakharenko Vladyslav – Financial Analyst, Ministry of Infrastructure of Ukraine, Kyiv

Арестов С.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки природокористування Одеського державного екологічного університету

Багорка М.О. – доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Бондар Ю.А. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки, права та туризму Льотної академії Національного авіаційного університету (м. Кропивницький)

Гбур З.В. – доктор наук із державного управління, професор управління охорони здоров'я Національної медичної академії післядипломної освіти імені П.Л. Шупика, головний спеціаліст Департаменту фінансів промисловості Міністерства фінансів України (м. Київ)

Глушкова Т.С. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука

Голіцин А.М. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Дибчук Л.В. – кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та підприємництва Вінницького кооперативного інституту

Егорова-Гудкова Т.И. – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіко-правового факультета Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Іванов А.М. – кандидат економічних наук, докторант, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету

Кабаченко Д.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Ковальчук С.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Хмельницького національного університету

Кононова О.Є. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

Крилова І.І. – кандидат юридичних наук, докторант Національної академії державного управління при Президентові України

Кукса І.М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, оподаткування та інформаційних технологій Луганського національного аграрного університету (м. Харків)

Легінькова Н.І. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки, права та туризму Львівської державної академії Національного авіаційного університету (м. Кропивницький)

Макаров В.М. – кандидат технічних наук, завідувач відділу оптимізації розвитку паливних баз Інституту загальної енергетики Національної академії наук України

Макортецький М.М. – молодший науковий співробітник відділу оптимізації розвитку паливних баз Інституту загальної енергетики Національної академії наук України

Матросова В.О. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Матросова В.О. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Можайкіна Н.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

Наумов М.С. – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Новік І.О. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин

Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Островський І.А. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

Пантелєєв М.С. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Пань Ли – магістрант економіко-правового факультета Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Пересадько Г.О. – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і підприємництва Сумського державного університету, фінансовий директор Waste Management Systems INC, США

Перов М.О. – науковий співробітник відділу оптимізації розвитку паливних баз Інституту загальної енергетики Національної академії наук України

Писаренко В.В. – доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії

Підлісна О.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету

Погорєлова Т.О. – доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Радіонов Ю.Д. – кандидат економічних наук, начальник відділу адаптації та імплементації міжнародних стандартів, моніторингу і аналізу у сфері державного фінансового контролю Рахункової палати (м. Київ)

Саєнсуєс М.А. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету

Сорока Л.М. – кандидат економічних наук, доцент, завідувача кафедри управління підприємницькою та туристичною діяльністю Ізмаїльського державного гуманітарного університету

Сороко Э.М. – доктор философских наук, ведущий научный сотрудник, начальник отдела Института философии НАН Республики Беларусь, Минск

Стрижак О.О. – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Сударкіна Л.Ю. – аспірантка Луганського національного аграрного університету (м. Харків)

Фабрика І.В. – кандидат економічних наук, заступник керівника Центру управління стратегічними змінами АТ «Ощадбанк» (м. Київ)

Федотова Ю.В. – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Черкасова С.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, кредиту та страхування Львівського торговельно-економічного університету

Шедяков В.Е. – доктор социологических наук, кандидат экономических наук, независимый исследователь (г. Киев)

Шматько Н.М. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Юрченко Н.І. – кандидат економічних наук, викладач Дніпровського державного аграрно-економічного університету

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

**«ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ
ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ
БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ»**

Колективна монографія

За редакцією
доктора економічних наук, професора О. Л. Гальцової

Підписано до друку 26.04.2019. Формат 60х84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 28,37. Тираж 300. Замовлення № 0619м-120.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105.
Телефон +38 (0552) 39-95-80
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.